N°117 | OCT / NOV 2016 | WWW.NTICWEB.COM | ISSN 1112-8178

DISPONIBLE AUSSI SUR MOBILE

n'tic

MAGAZINE GRATUIT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

10 ANNÉES DE TIC'S !

Dépôt légal 2160-2006 - n'tic magazine, votre magazine gratuit des nouvelles technologies

Vivez l'Experience **Ultime** de l'**Ultra Haute Définition**

Mince à couper le souffle :

Brandt LED TV UHD, avec la technologie ultra mince, a une épaisseur de seulement 7,5 mm, une application de bordure à haute densité métallique intégrée, un couvercle en métal et un retour brossé, le téléviseur ultra mince est à couper le souffle.

Contactez-nous au :
023 71 91 91

/Brandt.dz
www.brandt.dz

Brandt

EDITORIAL

Pour notre magazine, tout est parti d'une idée avant de prendre vie à l'intérieur d'un garage de la banlieue d'Alger, avec une équipe composée de deux personnes. Depuis, du temps est passé, des années … A la rédaction, nous avons voulu ce numéro, spécial. A travers ces pages, nous allons célébrer dix années d'existence mais surtout de coexistence avec un secteur qui n'a pas cessé de livrer ses mutations.

En effet, N'TIC est né en 2006, à une période où les nouvelles technologies se démocratisaient petit à petit dans le pays. Notre magazine a accompagné les bouleversements de ce secteur, livrant à chaque numéro toute l'actualité des nouvelles technologies et apportant des analyses objectives des problématiques du numérique en Algérie. Témoin des retards de lancement (notamment de la 3G et du e-paiement), de la frustration d'un secteur qui prenait son temps à décoller, N'TIC a aussi célébré ses réalisations et encouragé ses talents. Pour cause, durant ces dix années, nous vous avons livré 117 numéros … Nous ne comptons plus les dossiers traités, ni les interviews réalisées, tout ça évidemment grâce à vos retours constructifs et des équipes qui se sont succédées mais qui ont toujours eu pour commune valeur, vous transmettre le meilleur.

Ce numéro est une analyse collective de notre parcours numérique mais aussi un regard ambitieux et déterminé vers un avenir où le secteur des TIC's assumera enfin son potentiel de catalyseur d'un pays qui ne rêve que d'éclore.

Tinhinen BOUHADDI

Coordinatrice de rédaction

L'info des tic en 1 clic !
www.nticweb.com

facebook.com/nticmag **@NticMagazine**

lecteurs@nticweb.com

youtube.com/nticwebtv

© n'tic magazine 2009, Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite. Cette copie peut etre utilisée dans le cadre de la formation permanente.
Retirage et citations Toute utilisation à des fins commerciales de notre contenu éditorial doit faire l'objet d'une demande préalable.

N'TIC MAGAZINE

N'TIC Magazine, une édition Sense Conseil
20, rue G – Les crêtes – Hydra - Alger
Tél. : +213 21 48 03 21
E-mail : hello@senseconseil.com

Directeur de publication
Nassim LOUNES

Coordinatrice de rédaction
Tinhinen BOUHADDI

Rédaction
Tinhinen BOUHADDI :
tinhinen.bouhaddi@nticweb.com
Lotfi TAMAZIRT
Samir ROUABHI
Merouane DEBBAH
Raouf REMIDAN

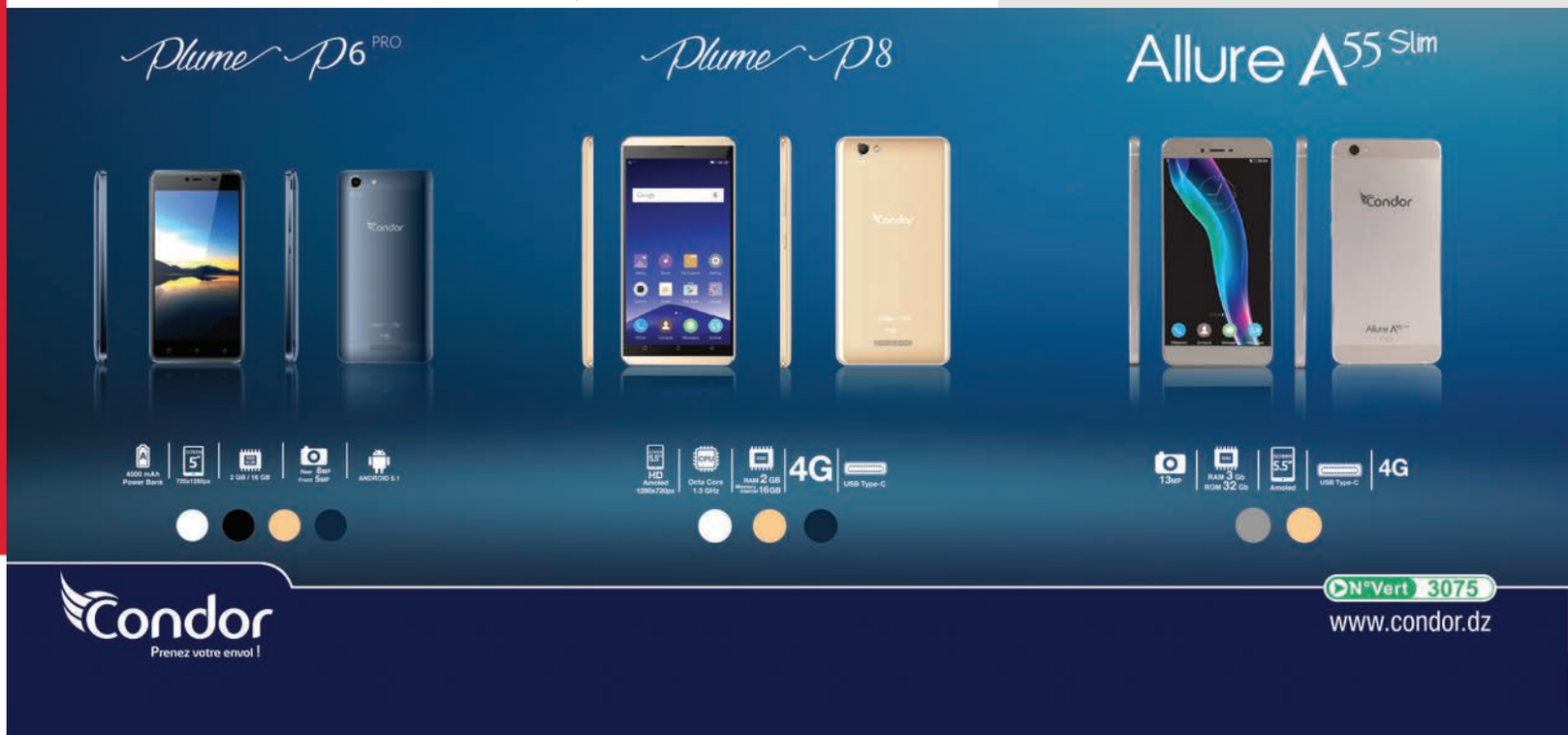
Service commercial
Amel SALHI
Tel : 0770.56.30.38
amel.salhi@senseconseil.com

Directeur artistique
Redouane SAYAH

Graphisme
Yasmine CHELLALI

Photogravure et Impression
ETS IMPRIMERIE KHELLAF NADJIB
0661.77.02.70

Distribution
E-mail : info@nticweb.com
Anep Messagerie Express



PROMO

4G PLUS

Puce
Batel

Demandez votre SIM 4G+ dans tout le réseau de vente Ooredoo (dans les 48 wilayas) pour être prêt à profiter de la 4G+
La SIM 4G+ est gratuite et disponible pour les nouveaux clients La Plus (200 DA au lieu 200 DA de crédit).
La SIM 4G+ est gratuite et disponible également pour les clients Ooredoo existants en remplacement de la SIM actuelle (sans changement de numéro).
Disponible pour les clients Particuliers. Plus d'infos sur la 4G+ et sa disponibilité sur ooredoo.dz /0660 000 338
Promo valable jusqu'au 16/11/2016

ooredoo

ACTU

06 "Photo Marathon 2016" : Alger s'est lancée dans l'aventure !

08 Huawai, 72e marque au niveau mondial

08 Mobilis lance son service de e-paiement : "E-rsseli"

09 Condor lance son application "Condor passeport"

10 Bitdefender : rencontre autour de la protection des environnements informatiques

RESTROSPECTIVE

12 [Entretien] Regards croisés sur l'Algérie numérique

15 Restrospective : TIC's Entre échecs et réussites

SOMMAIRE

41

6

10

47

48

20 Les chiffres du numérique en Algérie

24 **[Entretien] L'économie numérique** en questions !

26 **Les réseaux mobiles** : préparer l'aprés-pétrole en Algérie

28 **[Entretien]** Tout sur le **paiement en ligne** 1ere partie

30 Les réussites de **la toile algériennes**

32 **Entrepreneuriat numérique :** une promesse pour l'avenir

34 : Les **acteurs du numérique** en chiffres

36 : **[Entretien] Réseaux sociaux :** l'Algérie dans la tendance !

38 **[Entretien]** La **diaspora** à l'heure du numérique

41 **[Entretien]** Il y a **dix ans**, la naissance de N'TIC ...

43 N'TIC & vous

GUIDE CONSO

45 **Les bons plans du mois** : ce qu'il ne faut surtout pas rater

"PHOTO MARATHON 2016" : ALGER S'EST LANCÉE DANS L'AVENTURE !

Cela s'est passé le samedi 22 octobre, grâce au travail acharné de plusieurs bénévoles, Alger accueillait son premier «Photo Marathon», un concours de photo organisé simultanément à Amman, Alger, Beyrouth, Ljubljana, Marseille, Naples et Palerme.

C'est au square Port Said à 8h30 que se sont donnés rendez-vous les 70 personnes participants de toutes tranches d'âge à ce «Photo Marathon 2016». Cette compétition lancée pour la première fois en 2013 à Beyrouth avait pour but de porter un nouveau regard sur cette ville au moyen de la photographie. L'initiative ayant rencontré un grand succès, elle s'est perpétuée en s'ouvrant vers d'autres cités atteignant le nombre de 7 cette année.

Chaque participant, professionnel ou amateur, devait réaliser 12 photos sur 12 thèmes différents. Les candidats munis pour les uns d'appareils photos et de smartphones pour les autres devaient illustrer diverses thématiques notamment : Le matin, la langue, diaspora, un héros ...etc. Les photos étaient ensuite mises en ligne en temps réel sur la plateforme numérique, Frame.

Hakim, 21 ans qui s'est déplacé de Jijel pour l'occasion nous confiait à l'issue de la première étape du marathon : «*Les gens se sont en général laissés photographier, particulièrement les artisans de la Casbah*». Il a également souligné le caractère solidaire et humain de ce concept puisqu'au cours de la chasse aux photos, de nombreux participants se sont entraidés.

Par ailleurs et à l'unanimité, les candidats nous ont témoigné leur souhait de voir ce genre d'initiatives se perpétuer puisque, selon eux, «*les photos parlent un langage universel*».

Les résultats de ce photo marathon seront connus à partir du 22 novembre. Un jury international désignera les meilleures photographies qui seront récompensées avec une exposition à Alger et Marseille ainsi qu'une publication dans des magazines de photographie.

Vivez chaque détail ...
LED
CURVED
Condor
Prenez votre envol !
N°Vert 3075
www.condor.dz

HUAWEI, 72ÈME MEILLEURE MARQUE AU NIVEAU MONDIAL

Huawei a été classé 72ème par le rapport d'Interbrand « Best Global Brands », gagnant 16 places par rapport à son classement de 2015. C'est la deuxième année consécutive où Huawei gagne des places sur la liste Interbrand.

Huawei se distingue encore une fois dans le rapport 2016 "Best Global Brands" publié par Interbrand. Dans ce rapport annuel, c'est aussi l'une des marques avec la plus forte hausse dans le secteur des technologies, grimpant ainsi de la 88ème à la 72ème place dans le classement. Des progrès significatifs pour le constructeur chinois.

L'augmentation de l'influence de la marque Huawei se reflète dans la croissance continue de son chiffre d'affaires, en partie grâce à son activité grand public. Ses produits phares, tels que les smartphones P9, Mate 8 et Honor V8, ainsi que le MateBook, le premier ordinateur portable 2-en-1 de Huawei, ont tous eu une adoption importante par les consommateurs à travers le monde. Huawei est devenu l'une des marques leaders de matériel IT dans près de 30 pays.

«*Notre amélioration du classement Interbrand valide la stratégie de Huawei de se concentrer sur la fourniture de technologies révolutionnaires pour répondre aux besoins et désirs de nos clients. La marque Huawei est de plus en plus reconnue et appréciée par les consommateurs à travers le monde* », a déclaré Glory Zhang, Directeur du marketing de Huawei Consumer Business Group.

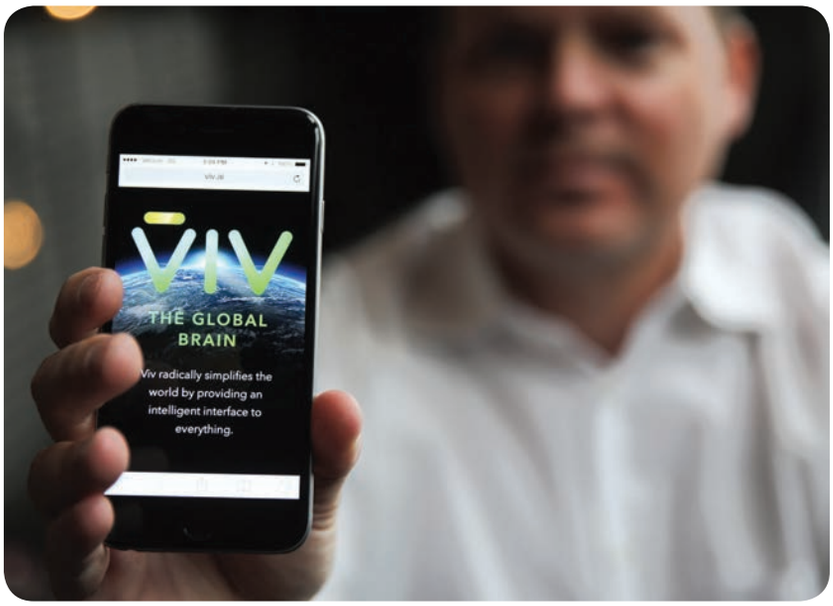
MOBILIS LANCE SON SERVICE DE E-PAIEMENT : "E-RSELLI"

Grâce au récent lancement du paiement sur internet en Algérie, les clients Mobilis peuvent désormais profiter de «E-rselli, un service de paiement en ligne.

Arsselli

Dorénavant, le service « E-rselli » proposé gratuitement par Mobilis, permettra aux clients d'effectuer des paiements (Rechargement de crédit national/ international) avec leurs cartes bancaires CIB via le site web : www.epaiement.mobilis.dz, en toute sécurité 24h/24 et 7j/7.

SAMSUNG RACHÈTE LE CRÉATEUR DE SIRI ET SE LANCE DANS LA COURSE À L'IA



Samsung a récemment annoncé le rachat du développeur de plateformes d'intelligence artificielle, Viv Labs. Le géant coréen rejoint ainsi la course des interfaces conversationnelles à laquelle participent déjà les géants technologiques.

Après le lancement de Google Assistant il y a quelques semaines, un assistant virtuel basé sur l'intelligence artificielle conçu par Google c'est au tour de Samsung de se lancer dans la course à l'IA. Possédant déjà une application d'assistance virtuelle, plus connue sous le nom de S.Voice, cette nouvelle acquisition de la firme coréenne souligne l'engagement de Samsung dans le domaine des assistants personnels virtuels et sa volonté de fournir un écosystème ouvert basé sur l'IA au travers de ses terminaux.

Viv, déjà connu pour avoir créé le fameux SIRI d'Apple est une plateforme d'intelligence artificielle qui permet à des développeurs tiers de concevoir des assistants conversationnels et d'intégrer des interfaces en langage naturel dans des applications et des services. Grâce à Viv, Samsung sera en mesure de déverrouiller et d'offrir de nouvelles expériences de services pour ses clients, comprenant celui qui simplifie les interfaces utilisateur, qui comprend son contexte et qui lui offre les suggestions et les recommandations les plus appropriées et les plus pratiques.

Par ailleurs, la plate-forme AI de Viv permet aux développeurs d'enseigner au système comment créer de nouvelles applications ou d'utiliser celles qui existent déjà, créant ainsi un écosystème ouvert basé sur l'intelligence artificielle.

CONDOR LANCE SON APPLICATION "CONDOR PASSEPORT"

Afin de rester au plus près de ses clients et de leur permettre de remonter plus facilement leurs doléances, Condor vient de lancer « Condor Passeport», sa nouvelle application mobile.

Téléchargeable gratuitement, cette application permettra à ses utilisateurs d'entrer directement en contact avec les web conseillers via messagerie instantanée, l'application permettra aussi de récolter des points et d'acheter des produits et des services digitaux (Apps, Thèmes, Jeux...) en plus de sauvegarder les contacts et SMS des utilisateurs de smartphones Condor.

BITDEFENDER : UNE RENCONTRE AUTOUR DE LA PROTECTION DES ENVIRONNEMENTS INFORMATIQUES

En partenariat avec la Mission Economique «Business France», Bitdefender a convié début octobre un panel d'experts et de professionnels de la sécurité des données à Alger pour une rencontre autour de la protection des environnements informatiques.

Pour ceux qui ne connaissent pas «Bitdefender», celle-ci est une société européenne disposant de plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de la sécurité des données avec plus d'un millier d'employés et plus de 500 ingénieurs qui s'activent dans la recherche et le développement de nouvelles solutions pour combattre le crime et le piratage informatiques. Et c'est grâce a des technologies 100% développées en interne et une totale indépendance dans les choix technologiques que Bitdefender est aujourd'hui l'un des leaders mondiaux de la sécurité informatique.
Cet évènement a été l'occasion pour cette société de présenter les dernières innovations technologiques de la marque pour les environnements informatiques et ont tenu à mettre en garde l'assistance du fait que les virus traditionnels n'existent plus. Une nouvelle ère de malwares est en train de voir le jour parmi eux, les RANSOMWARES. Ce sont des logiciels malveillants vendus sur le darknet et qui ont pour objectif de subtiliser des données à travers des virus sous forme de document word par exemple, puis demander aux victimes de reverser une rançon sous peine de détruire ces données.

Pour pallier à cette situation, Bitdefender est arrivé à contrer cela en parvenant à recréer un virus à l'aspect similaire mais sans aucun danger et qui a pour but de faire croire aux demandeurs de rançons que l'ordinateur est déjà infecté car en règle générale, pour un hacker, un ordinateur infecté ne vaut pas le coup d'être repiraté parce que s'il y a deux attaques, la victime décidera sûrement de céder ses données et de ne pas payer la rançon.

Pour conclure, les représentants de Bitdefender ont présenté leurs produits entreprises notamment la dernière version de l'antivirus qui est un véritable bijou technologique. multiplateforme.

FABRICE LE PAGE, CHEF DE PRODUIT BITDEFENDER :

"LES CYBERCRIMINELS COMMENCENT À CIBLER OS X ET LINUX"

En marge de cette rencontre, nous nous sommes entretenus avec Fabrice Le Page, chef de produit Bitdefender, qui est revenu avec nous sur les nouvelles pratiques de la cybercriminalité.

Monsieur Le Page, Pouvez-vous nous en dire plus sur Bitdefender ainsi que ses derniers produits ?

Bitdefender est un spécialiste des solutions antimalwares et expert en cybersécurité.. Nous développons nos algorithmes d'intelligence artificielle

depuis plus de 7 ans et l'ensemble de nos technologies antimalwares sont développées en interne. À ce jour nous dénombrons plus de 500 millions d'utilisateurs à travers le monde.

En parallèle, nous avons conçu notre solution Bitdefender GravityZone dédiée aux entreprises, délivrée sous forme d'appliance virtuelle ou de service cloud. Bitdefender GravityZone est actuellement la seule solution de protection unifiée des environnements virtualisés, physiques, mobiles et cloud (privé/public/hybride), complète et modulable selon les types et tailles de parcs à protéger.

Selon vous, d'ici 2017, quel impact auront les nouvelles méthodes cybercriminelles sur notre manière d'utiliser l'informatique à titre privé et professionnel ?

Les nouvelles techniques cybercriminelles accentueront fort heureusement l'importance de l'éducation à la cybersécurité, car elle sert à se protéger soi-même mais aussi à protéger les entreprises pour lesquelles nous travaillons. Par exemple, prendre conscience que les attaquants peuvent compromettre des appareils connectés et perturber leurs fonctionnements, peut amener à faire plus attention aux pratiques de sécurité telles que changer les mots de passe par défaut, ou encore installer une solution de sécurité pour les réseaux domestiques.

Serions-nous en train de nous mettre en danger en décentralisant l'information de nos machines vers des solutions cloud ?

A l'ère des photos HD et des enregistrements vidéo, stocker localement des informations est devenu complexe, l'enregistrement vers le Cloud est désormais un prolongement naturel des tâches de nos ordinateurs. En effet, il y'a eu des cas où des services Cloud ont exposé leurs utilisateurs à des risques, même si les infractions de sécurité sont souvent causées par des employés imprudents, un mot de passe trop faible, ou encore un fournisseur indépendant qui néglige ses dispositifs de sécurité.

Les malwares mobiles sont désormais identiques à ceux qui sévissent sur les ordinateurs, les cybercriminels sont-ils en train de changer de terrain d'attaque ?

Les cybercriminels sont prêts à tout, plus la part de marché est grande, plus une plateforme est populaire, plus il y'a de chances que des personnes cherchent à en tirer profit. Ce n'est donc pas surprenant que des cybercriminels aussi, commencent à cibler les systèmes OS X et Linux.

Avec l'avènement de l'IOT, nous sommes dans l'ère du tout connecté, pensez-vous qu'on arrivera à un temps où les cybercriminels s'attaqueront aux êtres humains ?

Les cybercriminels procèdent généralement par 2 types d'attaques : les attaques ciblées, visant des institutions ou une catégorie de personnes bien précise ; et des campagnes d'attaques de masse, envoyées à des millions d'utilisateurs particuliers.
Les études démontrent que les attaques ciblées sont plus rentables que les attaques en masse, même si elles sont plus chères à mettre en place. Tout se résume à l'ampleur de l'attaque, la qualité et l'utilité des données saisies.
Si les appreils connectés fournissent aux attaquants des accès à des informations très sensibles, alors ils concentreront toutes leurs énergies à intercepter autant de trafic réseaux non chiffrés que possible.

REGARDS CROISÉS SUR L'ALGERIE NUMERIQUE

Dans notre désir de revenir sur ces dix années de numérique en Algérie, nous nous sommes amusés à confronter deux générations, deux expériences et surtout deux regards. Au final, Lamine Ghemati, ingénieur en systèmes d'information, à présent gérant d'une entreprise de conseil et d'ingénierie logicielle ainsi que Roslane Bencharif, consultant spécialiste des questions de stratégies Corporate, Commerciales et Marketing dans les TIC nous montrent à travers cet entretien que même si les analyses sont différentes, les ambitions d'une Algérie numérique sont unanimes.

Depuis l'avènement du world wide web, le nombre d'internautes algériens a considérablement augmenté, atteignant les 22 millions en 2015. Pour autant, notre productivité sur la toile n'est pas proportionnelle à cette croissance. Comment justifiez-vous cela ?

Lamine Ghemati : Il y a certes un nombre de plus en plus important de personnes qui ont accès à Internet, mais quelle est la qualité de la connexion qu'on offre à ces internautes et y a-t-il des services qui leur apportent de la valeur ? La productivité doit être stimulée par des activités qui créent de la valeur et qui peuvent être rémunérées en ligne, ce qu'on appelle communément l'e-paiement, chose absente depuis le lancement d'Internet en Algérie. La sécurité sera également un aspect déterminant demain dans la croissance des échanges et transactions en ligne. Enfin, il faut absolument apprendre à certaines catégories l'utilisation de ces moyens, allouer plus de ressources aux écoles et aux universités et développer les usages du web et des systèmes d'information dans la vie quotidienne.

Roslane Bencharif : Je pense qu'il y a plusieurs facteurs qui entrent en jeu, la majorité sont d'ordre organisationnel, le secteur n'est pas organisé de manière adéquate pour pousser ou même permettre son essor, même si beaucoup de choses ont été faites, elles ne semblent pas l'avoir été dans le cadre d'un plan directeur clair. Nous sommes victimes de la désorganisation d'un secteur qui pourrait s'avérer stratégique pour le développement économique du pays. Il y a également un manque de dialogue entre les acteurs du secteur et les personnes qui le régissent, ce qui explique en grande partie cette léthargie.

Ailleurs, numérique rime souvent avec innovation. Où en est l'innovation algérienne en 2016 ?

Lamine Ghemati : L'innovation algérienne est à l'étranger, car elle est soutenue et encouragée sous d'autres cieux. Ici hélas, elle est ignorée dans le meilleur des cas, ou carrément combattue. Je ne veux pas être pessimiste et répandre des ondes négatives et décourager la jeune génération, mais il faut se battre beaucoup plus pour vendre ses idées et ses produits ici qu'ailleurs. J'espère que cela s'améliorera, mais ce n'est pas encore le cas et comme on dit, nul n'est prophète en son pays… Vous imaginez si quelqu'un comme Elon MUSK était né et voulait entreprendre en Algérie ? (Rires)

Roslane Bencharif : Elle existe bien mais peine à être reconnue, car il n'existe pas encore de mécanismes pour l'encourager, les personnes qui font dans l'innovation doivent

s'auto financer pour réaliser leurs projets, ce qui empêche beaucoup d'entre eux d'éclore. Nous le voyons chaque année avec la multitude de concours qui existent, mais dont les vainqueurs ont toutes les peines à concrétiser leurs projets après le concours, faute de financement. Cette richesse d'une valeur inestimable qui réside en notre jeunesse et leurs capacités est là, bien présente ! Mais cette énergie est malheureusement gâchée par le manque d'opportunités qui leurs sont offertes d'exprimer la pleine mesure de leur potentiel.

Comment jugez-vous les avancées réalisées par l'Algérie dans le secteur des TIC's jusqu'ici ?

Lamine Ghemati : Je vais être tout à fait franc, même si j'admets des avancées, je ne suis pas partisan de ceux qui disent « il vaut mieux tard que jamais » dans ce domaine, car à chaque retard il y a d'autres technologies qui apparaissent et ça nous remet encore en retard. Je pense que nous avons un énorme potentiel, mais la gouvernance et la stratégie doivent être beaucoup plus ambitieuses vu l'apport que peuvent avoir les services à l'export pour notre PIB. Donc en finalité, je juge les avancées très insuffisantes par rapport à ce qu'on pourrait accomplir réellement.

Roslane Bencharif : En plus d'être totalement désorganisés, nous sommes en retard sur un grand nombre de sujets, devant en principe porter le secteur.
Le e-paiement, tout justement lancé en grande pompe chez nous est arrivé 49 ans après le lancement de la première carte de paiement en France (1967), mais il n'est disponible que pour les grands facturiers dans un « premier temps ». Pis encore, le tissu de PME/PMI privé pour le moment de pouvoir proposer le service à ses clients, ne peut l'utiliser pour régler ses factures à distance, car pour des raisons inexpliquées, les banques ne peuvent émettre de CIB aux comptes entreprises !

Autre sujet tout aussi important, nous n'avons pas ou très peu de data centres en Algérie, qui sont les structures pour héberger notre contenu local et pourquoi pas celui d'autres pays.
La qualité du réseau filaire laisse encore à désirer et les liaisons spécialisées sont encore hors de prix !
Des projets sont en effet en train d'être implémentés, mais sont-ce les bons projets ? Le sont-ils correctement ? Le sont-ils dans la bonne chronologie ? Ces questions légitimes doivent se poser, car constructives.

Plus de 15 millions d'Algériens sont inscrits sur Facebook. Quel avenir prédisez-vous pour les réseaux et médias sociaux dans notre pays ?

Lamine Ghemati : A mon avis, ces réseaux seront encore très largement utilisés pour un moment, d'autant qu'ils incluront de nouvelles fonctionnalités comme le streaming vidéo (tel que Périscope) possible avec le déploiement de la 4G et la fibre optique proposeront de nouveaux services aux internautes (commerce, paiement…).

Roslane Bencharif : Sur ce volet, je pense que nous ne faisons que suivre une tendance mondiale, Facebook, c'est plus de 1,7 Mds d'utilisateurs dans le monde, si c'était un pays, il compterait plus d'habitants que la Chine. Cela dit, ajoutez aux problématiques citées plus haut celle de la non convertibilité du dinars Algérien, et vous vous rendrez compte que FB n'est pas exploité à sa juste valeur dans notre pays. Je pense qu'il pourrait représenter un levier marketing extraordinaire, pouvant permettre d'ouvrir de nouveaux marchés aux sociétés algériennes, si elles pouvaient avoir accès à l'ensemble des outils que FB propose, aussi facilement que ça l'est, dans la plupart des pays du monde. Mais je reste confiant, ça viendra.

Beaucoup disaient que le paiement sur internet était la pièce manquante pour faire démarrer l'économie numérique en Algérie. Celui-ci est prêt, quelle devrait être la prochaine étape pour que la machine se mette en marche ?

Lamine Ghemati : Le e-paiement est encore réservé à quelques-uns, ce qui représente une injustice technologique flagrante. Cela n'aide pas au développement de l'économie numérique qui est, tout autant que l'économie traditionnelle, soutenue par les PME / Start-Ups. Par conséquent, la prochaine (première en réalité) étape est de permettre à tous les vendeurs de recevoir des paiements via Internet. Après si on veut vraiment être ambitieux, pourquoi ne pas obliger quelques achats ou à partir d'une certaine somme le paiement par carte bancaire ?

Roslane Bencharif : Le e-paiement est un outil qui devrait booster l'économie et la productivité des entreprises. Mais pour se faire, il faut en exploiter le plein potentiel, ce qui implique que les banques doivent changer leurs manière de faire du business en Algérie, elles sont le trait d'union entre les acteurs de l'offre et ceux de la demande, et doivent donc se positionner aujourd'hui comme porteurs de solutions, comme facilitateurs, non exclusivement comme « garde-fou ».

Ne pas permettre aux entreprises d'avoir des cartes CIB est une embuche à la réussite de ce pilote, le prix permettant d'avoir accès à ce service risque d'en être un autre, obliger les employées de la fonction publique à percevoir leurs salaires via la poste, en est un majeur, car il tue la compétitivité, moteur principal de l'amélioration de la qualité de service.
Des mesures incitatives doivent être mise en place, et communiquées à grande échelle, pour pousser à l'utilisation de ce service, ce qui poussera probablement à augmenter le taux de bancarisation des citoyens comme des entreprises.

En Algérie, nous comptons aujourd'hui des millions de « digital natives », une grande opportunité pour demain. Préparer le terrain pour que cette génération explose ce secteur à l'avenir, n'est-ce pas là le grand défi des TIC's aujourd'hui ?

Lamine Ghemati : Le grand défi est de placer des « digital natives » à des postes clés, ayant des responsabilités et un véritable pouvoir de décision, autant dans le privé que dans le secteur public. Je n'ai absolument aucune dent contre les gens des générations précédentes, mais lorsqu'on ne connait pas ces technologies et leurs potentiels, on ne peut les promouvoir et ouvrir de nouvelles perspectives pour ses employés, ses partenaires économiques ou ses administrés.

Roslane Bencharif : Si absolument, les générations à venir seront à n'en point douter bien plus en phase avec les TIC que nous le sommes aujourd'hui. Si nous leur léguons nos problèmes au lieu de leur passer le témoin, ils iront faire le bonheur d'autres pays. C'est la raison pour laquelle nous devons tous être acteurs des changements que nous souhaitons, plutôt que spectateurs de ceux qu'on nous impose.

RESTROSPECTIVE : TICS, ENTRE ECHECS ET REUSSITES

Malgré le fait que les TIC's soient un véritable levier économique et social, ils ont été timidement plébiscités par l'Algérie jusqu'à la prise de conscience tardive au début du 21e siècle avec le boom d'internet et la démocratisation des outils permettant d'être acteur du développement numérique. Néanmoins, même si le pays affichait à l'époque un retard très important en termes de maturité numérique, un certain nombre de projets étatiques et privés ont vu le jour. Certains furent de véritables tremplins dans la stratégie numérique de l'Algérie, d'autres n'ont malheureusement pas eu l'effet escompté.

LES FLOPS :

E-Algérie 2013 ou le rêve inachevé.

Rappelez-vous du plan E-Algérie 2013, ce projet fort ambitieux qui avait pour objectif d'élaborer une stratégie pour le développement des TIC en Algérie dans le secteur économique, social, universitaire… et qui a été finalisé et remis au gouvernement en décembre 2008. Hélas, ce programme qui compte rappelons-le 1010 points est resté à sa phase de réflexion et de théorie. Le problème serait-il dû à son contenu ? loin de là. Selon Younes Grar, consultant expert en nouvelles technologies, le programme e-Algérie n'est pas un échec en lui-même, ce serait plutôt sa mise en œuvre qui fut un échec. D'après d'autres professionnels du secteur, l'échec d'un projet pharaonique comme celui-ci revient à sa richesse, en effet, 1010 points représentent un véritable handicap pour ce dernier. Selon eux, il aurait mieux valu avoir un projet avec peu d'objectifs mais avec des priorités précises vu que le ministère des postes et des TIC avait fait preuve de bonne volonté. Mais concrètement, le véritable problème auquel aurait fait face ce plan, est qu'il devait être réalisé avec l'implication de l'ensemble des ministères et des institutions publiques mais face à l'absence d'une structure plénipotentiaire, aucune injonction n'a pu être imposée aux ministères, et comme personne n'a voulu jouer le jeu, ce projet n'a eu que le mérite des vœux pieux mais irréalisables. Cependant, le fait que ce document existe est déjà un point très positif. L'actuel ministère des PTIC pourrait s'en servir comme support pour l'élaboration d'une nouvelle stratégie en apprenant des erreurs du passé.

OUSRATIC I ET II, l'éternel échec ?

Le projet OUSRATIC a été lancé une première fois en 2005 mais n'a pas rencontré un franc succès. Il avait pour objectif de doter six millions de foyers algériens d'ordinateurs afin de démocratiser l'accès aux nouvelles technologies même dans les zones les plus reculées du pays. Dans l'optique de redonner un nouveau souffle à l'opération et sur la base des résultats de l'étude élaborée sur OUSRATIC, de nouvelles approches mieux adaptées aux besoins de chaque groupe de population ont été mises en place. Ces critères de choix se basent sur des considérations telles que la taille et l'importance de la population ciblée, la disponibilité des contenus spécifiques… Cette nouvelle opération à grande échelle avait proposé comme package un PC, une ligne ADSL et du contenu et avait comme objectif d'atteindre le chiffre de 50 000 bénéficiaires en 2010. Mais encore une fois, ce fut un échec. En vérité, l'omission de taille est d'avoir occulté la capacité insignifiante et la vétusté du réseau filaire de l'époque à l'échelle nationale constituant le handicap majeur de ce genre de plan. Heureusement, aujourd'hui, un nombre beaucoup plus important que les attentes du ministère des PTIC a été atteint et sans l'aide à ce projet.

Lacom, l'opérateur déchu

Aujourd'hui, un grand nombre d'Algériens se plaignent de la qualité de service de l'unique opérateur téléphonique et unique fournisseur internet du pays, Algérie Télécom. Pourtant, souvenez-vous, début 2006, une entreprise nommée LACOM avait débuté ses opérations de déploiement de son réseau de téléphonie fixe et d'internet. Dans sa stratégie commerciale, la société proposait une ligne téléphonique et une connexion internet à un prix très abordables grâce à l'utilisation

d'un réseau sans fil de troisième génération basé sur la technologie Next Generation Network.
Elle offrait aussi le matériel qui comprenait un modem, un combiné et une antenne extérieure gratuitement. Tout devait aller pour le mieux pour LACOM, jusqu'à 2008 où l'aventure s'est terminée. En effet, l'opérateur n'a jamais réussi à attirer plus de 20 000 abonnés, le retour sur investissement n'a pas pu se faire et cela a touché la qualité de service du réseau. Mais ce fut l'Autorité de Régulation de Postes et Télécommunication qui a mis fin à l'élan de cette société égyptienne qui n'était pas parvenue à respecter ses engagements concernant la couverture nationale prévue dans son programme opérationnel.
La lacune également à ce niveau était due à la modicité des investissements de ses opérateurs étrangers qui comptaient beaucoup plus sur l'infrastructure et les financements locaux pour mener leurs projets.

Blackouts et précarité d'accès internet

En juin dernier, l'un des plus gros scandales de l'histoire des TIC en Algérie éclatait. En effet, alors que personne ne s'y attendait tout le pays fut noyé dans un silence radio. Le ministère des PTIC avait décidé de bloquer internet sans aucune considération aux utilisateurs à cause d'une fuite des sujets du baccalauréat et leur publication sur internet. Heureusement, le MPTIC n'est pas allé jusqu'au bout et n'a bloqué que l'accès aux réseaux sociaux. Pourtant, grâce à la 3G les Algériens avaient pu contourner cette situation et s'en sont donnés à cœur joie dans la critique de cette décision dite radicale et qui s'est avérée inefficace. Cette fragilité de l'accès à internet peut être également illustrée par l'incident survenu l'année dernière à Annaba avec la rupture du câble sous-marin provoqué par les manœuvres d'un bateau marchand et qui a privé les internautes de plusieurs régions d'accès à internet.

FAUDTIC, une initiative et des questions

Toujours dans l'élan de promouvoir le contenu numérique algérien et la culture entrepreneuriale, un fond de développement de 7 milliards de dinars a été alloué par le gouvernement dans le but d'encourager les jeunes à créer leurs startups, ce fond était nommé FAUDTIC. Malheureusement, depuis sa création, en dépit de tous les appels à manifestation d'intérêt en faveur des porteurs de projet dans le domaine des TIC, aucun résultat ! Pire encore, la majorité des jeunes ne connaissent même pas ce fond. Ali Kahlane, PDG de la société Satlinker et membre du Cercle d'Action et de Réflexion autour de l'Entreprise (CARE) estime que depuis sa création, aucun projet n'a été pris en charge. FAUDTIC a donc implosé non seulement parce que les responsables placés à la tête du secteur étaient sans feuille de route mais aussi en raison de la méfiance que ces derniers nourrissent à l'égard du privé. Younes Grar quant à lui a souligné que le FAUDTIC a été proposé dans le cadre du programme e-Algérie dans le but d'aider au développement et à l'utilisation des TIC, comme cela se fait à travers le monde. Malheureusement, en Algérie, le Fonds a été créé sans que certaines procédures ne soient suffisamment réfléchies. Selon lui, des textes juridiques permettant sa mise en œuvre immédiate n'ont pas été promulgués d'où le retard pris pour qu'il soit opérationnel.

LES TOPS

La démocratisation de la téléphonie mobile

Certains s'en souviennent encore, il est loin le temps où il fallait attendre jusqu'à 5 ans pour avoir une ligne téléphonique fixe ou bien connaitre quelqu'un qui connait quelqu'un pour pouvoir avoir une puce GSM. Aujourd'hui, selon l'ARPT, nous ne sommes pas moins de 45 millions d'abonnés à la téléphonie mobile contre seulement 100 000 en 2001. Cette différence revient tout d'abord à la démocratisation et l'accessibilité des prix des téléphones portables mais aussi l'entrée des opérateurs OTA et WTA dans la course avec ATM. En effet, vers 2004, date où les 3 opérateurs étaient tous installés, un boom considérable fut remarqué. Nous étions passés de 100 000 abonnés à environ 5 millions en même pas 3 années. Aujourd'hui, selon l'ARPT et avec un nombre total d'abonnés dépassant le nombre de la population algérienne, nous sommes arrivés à un taux de pénétration de plus de 109%. Dans un autre volet, celui de la connectivité internet, L'année 2014 a été l'année de l'entrée du pays dans le très haut débit Internet avec la téléphonie mobile de troisième génération 3G et le lancement de l'internet 4G LTE, ceci a boosté de façon indéniable le nombre d'internautes mobiles en Algérie.

La carte Chifa, un franc succès !

Dans l'optique d'éviter à l'assuré social de longues attentes devant les guichets pour se faire rembourser au niveau des centres payeurs, ou bien de formuler à chaque acte médical une demande auprès de la CNAS. L'Algérie avait décidé de dématérialiser tout cela en créant une carte à puce capable de pallier à toutes ces problématiques. Quelques années après son lancement, le constat que l'on peut faire est que la carte Chifa fut un franc succès. Le Directeur Général de la Caisse Nationale des Assurances Sociales (CNAS), Tidjani Hassan

Haddam avait indiqué l'été dernier que plus de 11,5 millions de cartes électroniques "Chifa" destinées aux assurés sociaux ont été produites depuis le lancement de l'opération et dont 95% ont déjà été distribuées. Cette dernière compte trois types de cartes, à savoir, la carte familiale, celle de l'assuré (individuelle) et la carte de l'ayant droit. Cette opération n'est pas encore arrivée à sa fin, vu que le nombre de bénéficiaires de la couverture sociale (assurés sociaux et ayant droits) représente environ 35 millions de bénéficiaires en Algérie.

L'ECCP à l'avant-garde pour faciliter le quotidien des citoyens

Il y'a environ une douzaine d'années et grâce à un effort d'investissement conséquent, Algérie Poste a réussi à se doter d'équipements et de systèmes à la pointe de la technologie qui ont permis une interconnexion de plus de 3500 bureaux de poste. Ceci dans le but d'améliorer sensiblement les mouvements instantanés de dépôt, de retrait et de transfert de fonds par le public et les opérateurs économiques en tout point du territoire national contrairement aux banques qui n'offrent toujours pas cette prestation à ce jour.
De plus, une sécurisation de plus en plus élevée des installations, transmissions, chèques et cartes magnétiques a réduit sensiblement les actes frauduleux d'autant qu'actuellement tout mouvement sur les comptes sont notifiés par SMS aux clients. Enfin, le client peut accéder à son compte à travers le site de l'opérateur et connaitre les mouvements effectués sur son compte ou tout simplement commander un carnet de chèque. Autre point important qui mérite d'être relevé, la possibilité d'effectuer des retraits à toutes heures et 7 jours/7 à partir des distributeurs automatiques de billets.

Un contenu numérique qui se développe contre vents et marées !

Qu'on le veuille ou non, le contenu web DZ n'est plus le désert qu'il était. L'aventure fut longue, lente voire même laborieuse mais les choses avancent. La toile algérienne évolue, doucement mais sûrement. Des sites web tel que Ouedkniss.com, Djelfa.info, Echouroukonline… sont devenus de véritables success stories et leurs valeurs sont estimées à quelques millions de dollars selon "The World Startup Report", un organisme spécialisé dans les études de marché. Aujourd'hui, même si l'envergure du développement n'est pas aussi importante que celle de nos voisins marocains, l'effort y est.

De plus, Même l'état travaille à la modernisation de la bureaucratie et l'enrichissement du contenu grâce à des sites comme celui du retrait du casier judiciaire, du passeport ou de la carte nationale d'identité biométriques ou encore celui de l'information sur le trafic routier, tariki

Interconnexion des mairies et informatisation de l'état civil

De longues files d'attentes et une bonne dose de stress étaient le sort inévitable réservé à l'Algérien à chaque rentrée sociale afin d'obtenir un simple extrait de naissance ou un certificat de résidence. A travers des projets pilotes visant à interconnecter les mairies et l'informatisation de l'état civil, il a été ressenti que cela facilitait non seulement la tâche des fonctionnaires pénalisés par une charge de travail démentielle, mais permet aux citoyens de retirer les documents dans les meilleures conditions possibles. Aussi, cette opération évite les erreurs humaines et autres fautes d'orthographe dans les documents précités. L'ancien ministre de l'Intérieur et des Collectivités Locales, Noureddine Yazid Zerhouni avait déclaré que cette opération a pour objectif l'informatisation des opérations d'inscription, transcription et établissement des actes au bénéfice principal des citoyens. Aujourd'hui, même face à une bureaucratie algérienne plutôt difficile, on ressent bien l'efficacité d'une telle opération.

Lotfi Tamazirt

L'APPLICATION MOBILE N'TIC MOB EST LÀ !

Téléchargez-là vite sur

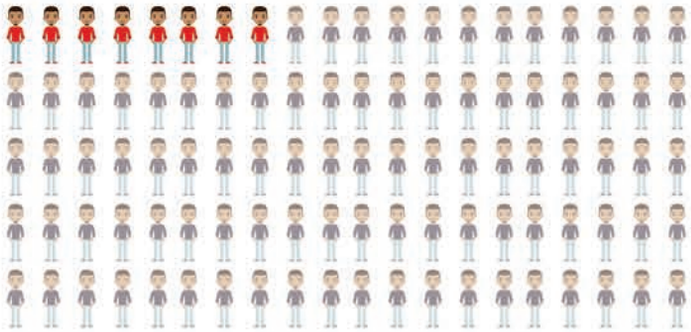
Scannez-moi !

LES CHIFFRES DU NUMÉRIQUE **EN ALGÉRIE**

1. TÉLÉPHONIE FIXE

LES TÉLÉCOMMUNICATIONS PÈSENT
532 MILLIARDS DE DINARS

SOIT
3.17% DU PIB



8 PERSONNES SUR 100
DISPOSENT D'UN TÉLÉPHONE FIXE

3.267.592
ABONNÉS

1.600.000
ABONNÉS

NATURE DES ABONNEMENTS

87 %
RÉSIDENTIELS

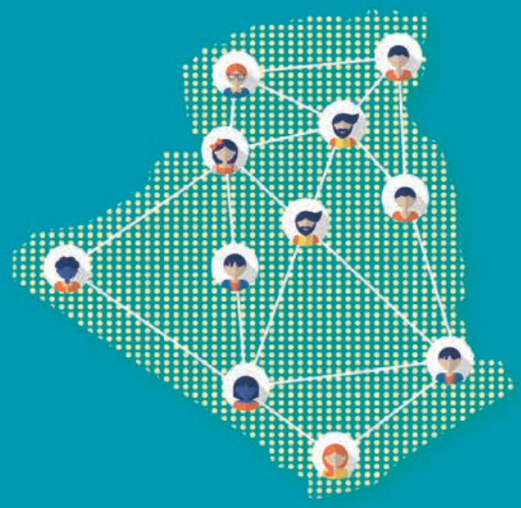
13 %
PROFESSIONNELS

L'USAGE DU TÉLÉPHONE FIXE EST EN RÉGRESSION

En 2012
L'ALGÉRIEN PASSAIT EN MOYENNE
109 MINUTES/MOIS
SUR SON TÉLÉPHONE FIXE

En 2015
L'ALGÉRIEN PASSE EN MOYENNE
86 MINUTES/MOIS
SUR SON TÉLÉPHONE FIXE

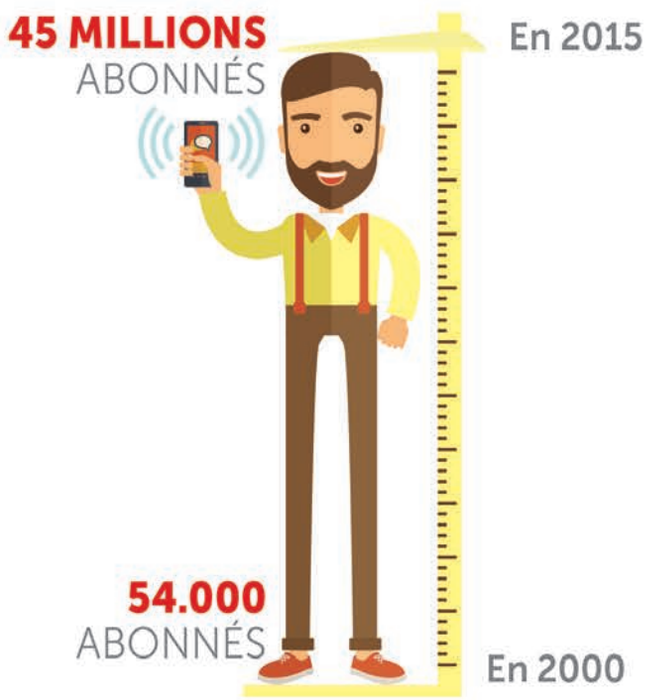
2. TÉLÉPHONIE MOBILE



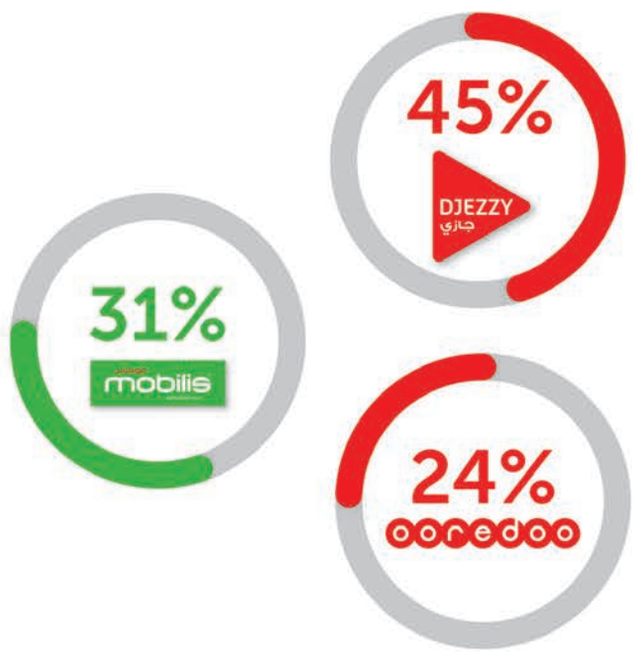
99%

de la population est couverte par un réseau mobile

NOMBRE D'ABONNÉS



ABONNEMENTS PAR OPÉRATEUR



3. ACCÉS À INTERNET

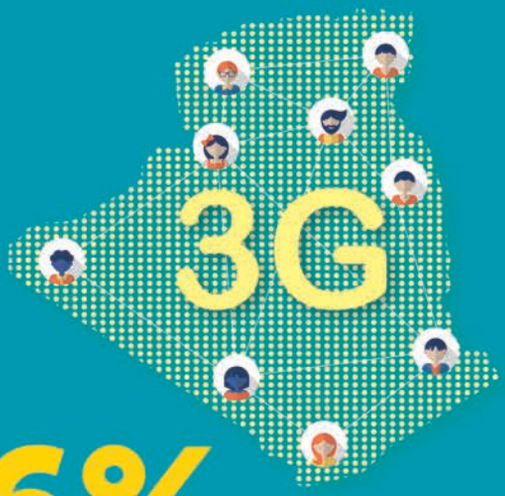
29%

DE FOYERS CONNECTÉS

LA 3G

MOBILE À ÉTÉ LANCÉE

EN 2013

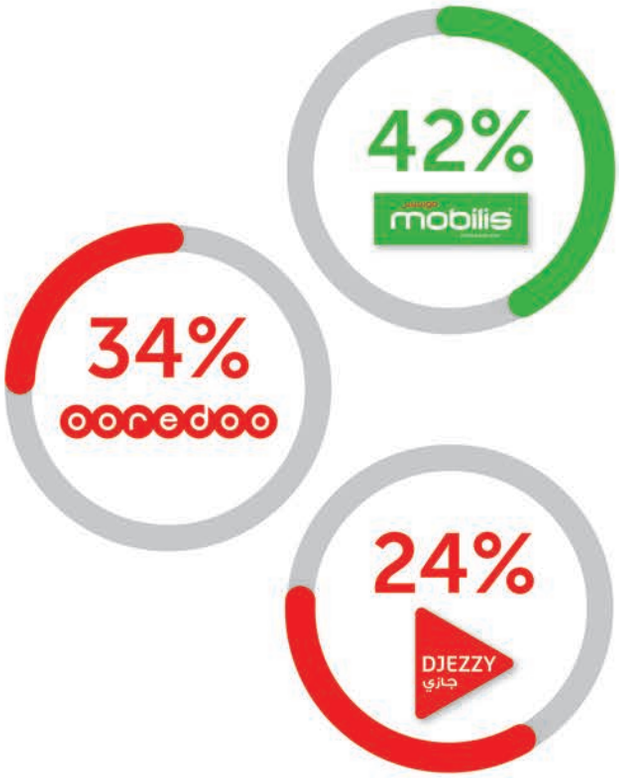


46%

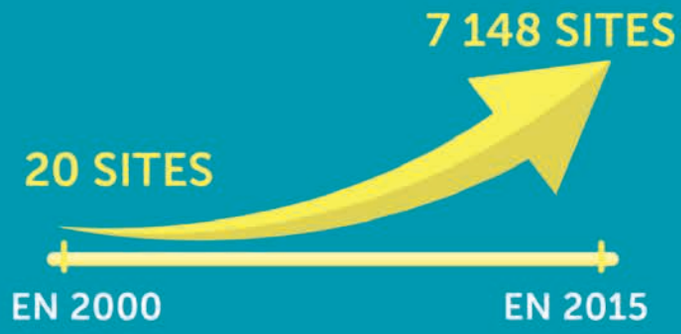
de la population est couverte par un réseau **3G**

NOMBRE D'ABONNÉS 3G

ABONNEMENTS 3G PAR OPÉRATEUR



NOMBRE DE SITES INTERNET .DZ



LES ALGÉRIENS SUR LA TOILE

SUR UNE POPULATION DE 40 MILLIONS

18 MILLIONS D'INTERNAUTES

16 MILLIONS

d'Algériens sur les réseaux sociaux

9.7 MILLIONS YouTube

16 MILLIONS

4 MILLIONS

7.5 MILLIONS

LES SITES LOCAUX LES PLUS VISITÉS

Ouedkniss · أون لاين الشروق · الجلفة إنفو

LES SITES ÉTRANGERS LES PLUS VISITÉS

YouTube · Google

L'ALGÉRIEN PASSE EN MOYENNE

3H/JOUR

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Sources :

- *Ministère des Postes et des Technologies de l'Information et de la Communication : **www.mptic.dz***
- *Rapport de l'Autorité de Régulation des Postes et des Télécommunications au 31-12-2015*
- *Statistiques Facebook au 31-09-2016*
- *Tendances google : **www.google.fr/trends***
- *Site d'analyse web : **www.alexaweb.com***

L'ECONOMIE NUMÉRIQUE EN QUESTIONS !

En marge de la cérémonie de lancement du paiement en ligne qui a eu lieu le 4 octobre dernier à Alger, Monsieur Mouatassem Boudiaf, ministre délégué chargé de l'économie numérique et de la modernisation des systèmes financiers a accepté de revenir avec nous sur l'arrivée du paiement en ligne ainsi que sur la prochaine étape que constitue le e-commerce. Monsieur Boudiaf nous a également fait part de ses perspectives pour le développement du tissu de l'économie numérique en Algérie.

Monsieur Boudiaf, vous êtes ministre délégué chargé de l'économie numérique et de la modernisation des systèmes financiers et vous travaillez en concordance avec le ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication. Deux secteurs qui se superposent parfois, pourriez-vous nous préciser les prérogatives de ces deux ministères ?

Cela me surprend de voir cette question revenir assez souvent puisque ce sont deux périmètres bien distincts mais complémentaires. Le poste que j'occupe et qui a trait avec l'économie numérique, auquel on a adossé la modernisation des systèmes financiers, dans sa partie économie numérique, assure le développement de la couche métier pendant que la couche technologique, est elle, assurée par le Ministère de la Poste et des Technologies de l'Information et de la Communication, par exemple tout ce qui concerne la bande passante, les autoroutes d'information, les espaces de stockage de données, la disponibilité d'internet ...etc. En ce qui concerne le volet métier, il concerne la modernisation des banques et assurances, les douanes, la finance publique donc tout ce qui est budgets, comptabilité et fiscalité.

Bien-sûr la transversalité de l'économie numérique nous amène vers des terrains divers comme l'éducation, la formation professionnelle ou encore l'enseignement supérieur et ceci projette tout naturellement notre pays dans ce qu'on appelle une civilisation numérique donc il n y a aucun chevauchement entre les prérogatives de ces deux ministères.

Le paiement en ligne a été lancé il y a quelques semaines. Aujourd'hui, quelles sont les attentes par rapport à ce service ?

A travers ce lancement, il s'agit de réunir les conditions nécessaires à l'instauration de la confiance dans l'usage du paiement en ligne, de telle manière à encourager le citoyen à se procurer une carte CIB mais surtout à l'utiliser. Je pense que le besoin de ce nouvel outil de paiement est certain, notamment pour les factures domestiques comme l'eau et le gaz puis l'électricité qui arrivera dans un deuxième temps. Aujourd'hui, le paiement en ligne répond à un besoin qui gravite autour du consommateur dans sa dimension "Foyer".

L'Algérien est connu pour être friand de nouvelles technologies, pensez-vous que l'adoption du paiement en ligne se fera rapidement ?

Je pense que l'Algérien n'a pas de particularité propre à lui.

L'évolution technologique est là et il l'épouse parfaitement sur l'ensemble des segments technologiques survenus dans notre pays. En ce qui concerne le paiement en ligne, il suffira de réunir les conditions de confiance nécessaires et de veiller à leur perpétuation et le citoyen se l'appropriera. Je reste optimiste sur ce point.

Pour la partie sécurité, la plateforme implémentée est très sécurisée grâce à la solution 3D Secure. Peut-on envisager à l'avenir des services ayant trait aux assurances sur les transactions ?

C'est un point sur lequel le secteur des assurances est entrain de réfléchir. J'ai moi-même récemment rencontré les PDG des assurances et d'autres acteurs concernés afin de débattre de la question. Celle-ci est entrain d'être examinée de manière très sérieuse. Nous pensons notamment à la mise en place de produits d'assurance adossés aux cartes CIB pour répondre à des besoins comme la perte de la carte bancaire, par exemple.

Beaucoup de créateurs de start-ups sont dans l'attente d'une extension du paiement en ligne aux activités de service, autres que les grands facturiers. Nous savons que la loi est en préparation, est-ce-que le GIE Monétique, les banques et la SATIM sont prêts à le déployer rapidement après la promulgation de cette loi ?

Tout à fait, puisque le périmètre de paiement en ligne qui vient d'être mis en place par les organes interbancaires, autorisés par la banque d'Algérie, sera le même utilisé demain pour effectuer le paiement d'un produit commercial sur internet. Les organismes que vous citez n'auront donc rien de plus à faire si ce n'est d'assurer des transactions sécurisées ainsi qu'une interaction sûre entre le site du web-marchand et la plateforme de paiement. Une fois la sécurisation établie, le prestataire devra répondre à un certain nombre de conditions et à partir du moment où l'activité est homologuée, le site marchand pourra débuter son activité.

En ce qui concerne l'hébergement de ces sites web-marchands, confirmez-vous qu'il doit se faire en Algérie ?

Evidemment. Nous parlons de commerçants de droit algérien. Il est donc naturel que l'hébergement se fasse en Algérie parce que s'il y a des litiges, nous devrons être en mesure de mettre la main sur les acteurs concernés.

Sur un autre point, un certain nombre de sites algériens ont pour extension ".com" ou ".fr" Y aura-t-il des conditionnements sur cet aspect ?

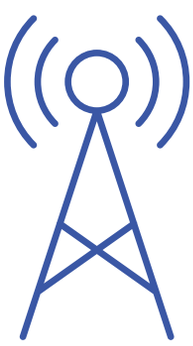
En effet, la loi sur le e-commerce risque de préciser de manière très claire la nature des extensions qui seront éligibles pour exercer une activité web-marchande en Algérie et donc rendre obligatoire l'extension ".dz".

L'économie numérique est un volet très important dans votre action au quotidien, comment pouvez-vous aider les start-ups qui activent dans le domaine du numérique et qui ont besoin de ce maillon très important qui est le paiement en ligne ?

La 4G a été lancée récemment, tout comme le paiement en ligne. Ces nouveautés vont évidemment libérer un nombre important d'initiatives d'investissement et accélérer la mise en place de nouveaux métiers qui vont venir graviter autour de cet écosystème comme les sociétés de livraison, de développement de contenu, ou encore d'entrepôts de stockage. La jeunesse et les start-upers peuvent commencer à croire d'une manière plus forte à leur avenir. N'oublions pas également la loi sur l'économie numérique qui viendra prochainement confronter un certain nombre de points liés au numérique.

LES RÉSEAUX MOBILES : PRÉPARER L'APRÈS-PÉTROLE DE L'ALGÉRIE

L'Algérie compte actuellement 3 opérateurs (Djezzy, Mobilis et Ooredoo) avec un parc d'abonnés global (GSM et 3G) de l'ordre de 45 millions d'abonnés. C'est un succès indéniable en termes de pénétration de marché et d'engouement de la part de la population mais se pose rapidement la question des enjeux à la fois sociaux, économiques, industriels et d'aménagement du territoire qui en résultent.L'histoire du développement des réseaux mobiles en Algérie fut longue et difficile avec plusieurs étapes importantes :



Période de 2000 à 2008

Cette étape concerne la libéralisation du marché des télécommunications issu du monopole issu d'Algérie Telecom, la mise en place de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT) en 2000 pour en assurer le suivi et l'ouverture du marché à deux nouveaux entrants (Djezzy et Ooredoo) pour le développement de la 2G. N'ayant aucun constructeur de terminaux et de réseaux, le succès fut tout de même assez fulgurant et a permis à l'Algérie de rapidement entrer dans l'ère des réseaux mobiles orientés voix. Le modèle utilisé est principalement celui du prépayé en raison d'un système de paiement défaillant et permet à chacun (opérateurs et usagers) de trouver son compte.

Période de 2009 à 2015

Cette étape concerne l'après 2G avec un retard très important de l'Algérie dans l'ère des données mobiles. Alors que beaucoup de pays commencent à déployer la 3G en 2000, l'Algérie envisage l'après 2G en 2009-2010 à un moment où beaucoup de pays se mettent sur la 4G. S'ensuit un débat interminable avec des enjeux techniques et économiques sur l'opportunité de faire un saut de génération de la 2G à la 4G. Plusieurs raisons sont mises en avant pour faire durer les discussions de manière inutiles et qui bloquent la mise en place d'enchères 3G/4G : le cas Djezzy qui se solde par la reprise par l'Etat algérien de la majorité de l'actionnariat de l'opérateur Orascom Telecom Algérie-Djezzy, le fait que plusieurs opérateurs avaient déjà pré-investis sur du

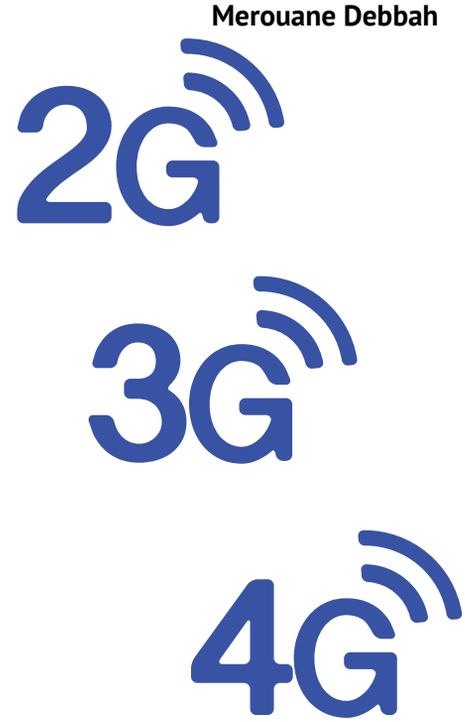
matériel 3G et un passage 4G aurait eu un cout important, le fait que la 4G serait en concurrence frontale avec les offres ADSL d'Algérie Telecom et ses conséquences sur l'emploi, le fait que les terminaux 4G seraient chers et non disponibles immédiatement, les questions économiques autour de la couverture en données au vu de l'immensité du territoire algérien, le manque de contenus algériens pour utiliser le potentiel du haut débit mobile et un manque flagrant de moyens de e-paiement. Il est clair que le dossier de l'après 2G a été très mal géré par les acteurs concernés et a fait perdre plus de dix ans à l'Algérie pour entrer dans l'ère du numérique mobile. En particulier, l'Algérie s'est retrouvée dans les derniers des classements mondiaux pour les TIC avec une incompréhension totale de nos partenaires économiques pour un pays considéré comme riche. Cela a également retardé le développement d'un eco-système permettant de se « frotter » à ces nouvelles technologies pour faire entrer les différents acteurs économiques (banques, administrations, etc) dans l'ère du numérique mobile. La décision qui a résulté de cette période d'incertitude a abouti finalement à un déploiement de la 3G fin 2013 mais comparativement à d'autres pays, les forfaits 3G sont encore considérés comme relativement chers par les usagers. Cela ne permet pas l'effet escompté d'une utilisation massive de l'internet mobile avec un développement de contenus et de services de faibles qualités et quantités. Tout ceci n'a eu que très peu d'impact sur le développement économique.

Période à partir de 2016

Cette troisième étape commence avec la mise en place des licences 4G et l'entrée de l'Algérie dans le monde du très haut débit mobile. Les forfaits annoncés, alignés sur la 3G, ne permettent pas et ne permettront pas une utilisation du type ADSL sans fils mobiles. Cela est vraiment dommage. Ceci sans parler du retard toujours colossal dans des systèmes de e-paiement alors que beaucoup de pays ont trouvé le cadre adéquat en fonction de leur lois (le cas de la Chine avec le système de paiement au sein de Wechat est de ce point de vue édifiant). L'Algérie se retrouve une fois de plus à la traine (parmi les derniers pays africains) et cela est d'autant plus inquiétant que le vrai déploiement de la 4G ne débutera que l'année prochaine et qu'en parallèle des annonces pré-5G se feront en 2017 dans le monde. L'Algérie risque une fois de plus de perdre la bataille des réseaux mobiles, sans parler d'une mauvaise utilisation des retombées économiques possibles. L'internet des objets, les smart cities, le big data, le cloud et les industries verticales sont des enjeux importants des réseaux mobiles 4G+ et aucun acteur ne semble prendre la mesure de la prochaine révolution numérique qui nous attend. Il manque également une cruelle vision des forces et faiblesses de l'Algérie dans ce secteur pour ré-orienter les investissements dans nos atouts en mettant en place des priorités. La période de l'après-pétrole doit être également réfléchie à l'aune de la 4G et 5G. Cela est complètement absent du débat.

La prochaine révolution des réseaux autour de la 5G arrivera en 2020-2022. Elle aura un impact encore plus important que les générations précédentes (qui se focalisaient sur l'utilisateur et qui posaient semble-t-il beaucoup de problèmes en Algérie pour les questions de contenus/moyens de paiement) sur le développement économique industriel dans la mesure où elle se focalise sur les objets (véhicules connectés, Industrie 4.0, etc) et non plus uniquement sur les hommes. D'ailleurs, les pré-requis de la 5G ne sont plus uniquement autour du très haut débit mais de la connectivité massive (bas débit), la latence (pour permettre une réactivité plus rapide du réseau pour le monde automobile) et la consommation d'énergie. L'échéance pour le pays est très courte (autour de 5 ans) mais nous avons là une opportunité unique de revenir dans la course des nations portées vers le numérique.

Merouane Debbah



TOUT SUR LE PAIEMENT EN LIGNE

1ERE PARTIE

Le paiement sur internet, maladroitement appelé e-paiement est un service que tout le monde attendait depuis des années et qui a fini par devenir réalité. Un mois après son lancement, ce service ne concerne que les grands facturiers ainsi que quelques entreprises nationales. Pour en parler, nous avons rencontré Madame Assia Benchabla, administratice du GIE-Monétique qui est revenue avec nous sur cette nouveauté dans la monétique en Algérie.

Madame Benchabla, tout d'abord, pouvez-vous nous parler du GIE-Monétique ?

Le Groupement d'Intérêt Economique pour la Monétique est un groupement est un organisme créé par les banques afin d'assurer la diffusion, la promotion ainsi que la normalisation du système monétique. Il compte en son sein toutes les banques du détail et elles sont au nombre de 18 en plus d'Algérie Poste qui nous a rejoint récemment. La banque d'Algérie y siège également en tant que membre non-adhérent. Le groupement est à but non lucratif et ses missions sont la promotion et la mise en place de standards et de normes pour réguler les activités monétiques des banques membres.

Le paiement sur internet vient d'être lancé après plusieurs années d'annonces sans suite, quelles ont été les raisons de ce retard ?

Les raisons sont dues à un vide juridique. Le projet de paiement sur internet date de 2009 et à l'époque déjà, la SATIM venait d'acheter la plateforme. Djezzy et Air Algérie ont été les premiers web-marchands certifiés sur celle-ci. Cependant, pour l'introduction du service, nous nous sommes heurtés à des difficultés d'ordre réglementaire puisque notre pays ne dispose pas d'arsenal juridique et législatif apte à encadrer la vente à distance (e-commerce). N'ayant pas de tradition de vente à distance, les lois n'ont pas suivi.

Quel a été le rôle exact du GIE monétique dans le lancement du paiement en ligne ?

Le GIE-Monétique ayant pour rôle de mettre les standards et normes pour mettre en place des paiements électroniques, il a pris en charge le dossier en mettant en place un recueil documentaire qui a repris toutes les dispositions d'organisation, de procédures, d'ailleurs nous l'avons intitulé : "Recueil documentaire des règles de base de paiement sur internet". Il y a 9 chapitres sur ce document régulant cette activité.

Est ce que ce document fait foi de juridiction ?

Non, le GIE Monétique n'a pas de statut juridique qui lui permette d'émettre des règlements. Ceci est la prérogative de la banque d'Algérie mais le document nous a permis d'encadrer ce service. Nous avons mis en place un dispositif qui sécurise le paiement sur internet à travers la sécurisation de la plateforme, la protection des données des clients, la mise en place de procédures de lutte contre les fraudes et de gestion des litiges. A partir de là, la banque d'Algérie a donné une dérogation pour le lancement du paiement sur internet en attendant la loi sur le e-commerce. C'est d'ailleurs pour cela que le lancement se fait par

phases : d'abord, nous lançons ce service avec les grands facturiers puisque le paiement de facture n'est pas un acte de vente et ce n'est ni de la vente en ligne, ni de la vente à distance ...

Ce que vous dîtes n'est cependant pas valable pour Air Algérie, par exemple qui fait bien de la vente en ligne ...

Air Algérie est une entreprise publique de grande envergure qui a un caractère non-volatile. C'est d'ailleurs le cas de toutes les entreprises certifiées par ce service. C'est le gage qu'il fallait pour rassurer les autorités mais aussi le client puisque concrètement ce qui manque dans l'arsenal juridique en vigueur c'est le volet "protection du client" dans le cas d'une vente à distance comme les conditions générales de vente, le droit de rétractation et tout ceci nous l'attendons dans la loi sur le e-commerce.

Justement, concernant la loi sur le e-commerce, où est-ce que ça en est ?

Elle est au niveau du secrétariat général du gouvernement. Elle suit le processus d'amendement habituel. Et dès qu'elle sera prête, le service sera généralisé à tout web-marchand désirant accepter ce mode de paiement.

Concernant les cartes bancaires, il y en a 1.300.000 sur le marché en ce moment. Un nombre très faible, comment comptez-vous démocratiser l'utilisation de celle-ci ?

Effectivement, il y en a 1.300.000 mais il faut savoir qu'elles ont té déployées depuis 2005 et non récemment. Malheureusement, seules 25% sont actives, il y a donc un travail de communication à faire afin de généraliser l'utilisation de la carte CIB.
C'est d'ailleurs, ce que font les banques aujourd'hui avec la systématisation de l'attribution de cartes dès l'ouverture d'un compte en banque. De notre côté, nous poussons évidemment cette démarche afin que tous les clients bancarisés possèdent une carte.
Par ailleurs, il faut noter que seulement 4000 commerçants possèdent des TPE (Terminal de Paiement Electronique) sur tout le territoire national, ce qui est loin d'être suffisant. Nous devons donc élargir l'acceptation de ces terminaux, d'ailleurs il y en aura 10.000 d'ici la fin d'année.

LES RÉUSSITES DE LA TOILE ALGÉRIENNE

A l'arrivée du numérique en Algérie, il y avait déjà de jeunes pousses qui travaillaient dans l'ombre. A l'époque, on ne croyait pas trop encore à l'innovation. On était encore dans les projets copycat : il fallait un site de recrutement, un site de petites annonces, un site culturel, un annuaire,... Il y a eu énormément de sites créés et relativement très peu ont survécu. Retour sur le meilleur de la toile algérienne !

OUEDKNISS : CHAMPION DU TRAFIC, TOUTES CATÉGORIES

Peu de gens miseraient sur 5 lycéens qui se mettraient au web en 2006. Pourtant ils avaient pour eux leur jeunesse, leur ambition et leur ingéniosité. La première année de son lancement, le site de petites annonces ne recevait guère plus de 20 visiteurs/jour et les quelques annonces qu'il contenait provenaient des amis. Mais ça, c'était le lot de tous les sites. Sauf que, lorsqu'on a la vision et l'ambition on n'abandonne pas comme tout le monde. Il se trouve que l'exposition médiatique dans les quelques évènements de l'époque et auprès des premiers utilisateurs des réseaux sociaux a permis de démarrer la viralité du site. Il n'a jamais été nécessaire de payer pour le faire connaitre.

Vers 2009, nos lycéens devenus étudiants ont tenté de monétiser leur site en créant une offre payante destinée aux grands vendeurs. Le résultat fut catastrophique. Plutôt que de céder, ils ont une fois de plus eu une idée ingénieuse : fixer un prix extrêmement bas pour que cela soit accessible même pour leurs utilisateurs les moins fortunés, puisque la plupart étaient des étudiants comme eux. Ils ont alors fixé le prix du « store », soit un magasin sur le site contenant jusqu'à 100 articles, à 1000 dinars !! Ceci a largement contribué à briser la barrière psychologique du paiement et leur a permis de s'installer en leaders de la petite annonce. C'est aujourd'hui le premier site algérien en nombre de visites toutes catégories confondues. Ils ont été approchés pour vendre mais ont toujours refusé. Ils tentent actuellement des expériences de diversification comme le site spécialisé Autobip.

EMPLOITIC : LE ROI DU CV

Le cimetière des sites de recrutements algériens est plein à craquer. C'est par ce que peu d'entre-eux alliaient compétences techniques, innovations et ambitions commerciales. Emploitic était de ceux-là. Démarré comme projet Ansej en avril 2006, il est aujourd'hui une entreprise pérenne avec plus d'une cinquantaine de salariés et un management à la pointe. C'est le leader du e-recrutement.

Emploitic a tenté d'autres expériences sur le web. Dans un récent entretien, Louaï Djafar; son co-fondateur, parle de certaines d'entre-elles dont le site culturel Kherdja.com ou Formations dz.com, dont il dit : "*on a compris très tôt qu'il n'avait pas le potentiel de son ainé Emploitic mais plutôt était une niche*".
Le co-fondateur du site a donné deux indices qui ont pu différencier Emploitic de tous les sites de l'époque : il dit ainsi : "*nous nous sommes considérés depuis le jour 1 comme une entreprise, de ce fait nous avons cherché un business modèle viable*".
Il dit également qu'ils ont utilisé les Analytics partout, pour tout mesurer. Cela permet d'optimiser les fonctionnalités du site et d'orienter le développement des fonctionnalités en fonction des besoins et de l'intérêt des utilisateurs.

JUMIA (EX AFRICA INTERNET GROUP)

JUMIA est une filiale du groupe allemand Rocket Internet fondée en 2012 par Jérémy Hodara et Sacha Poignonnec. Cette entité africaine est valorisée à plus d'un milliard de dollars. Tous les sites de la société ont été récemment unifiés sous la dénomination de JUMIA créant ainsi une plateforme unique de e-commerce avec les divisions Market, Travel, Food, Deal, House, Cars, Jobs et Services.
JUMIA ose se positionner là où les autres acteurs, y compris locaux, sont frileux pour cause de problèmes spécifiques à l'Afrique (logistique, paiement, législation, infrastructures,...) Il s'agit d'occuper le terrain avec un certain nombre d'activités liés au e-commerce, dont elle a une très forte expertise et d'accompagner le développement du numérique en Afrique. JUMIA se lie aux acteurs locaux : restaurants, agences immobilières, agences de recrutement, distributeurs de tous genres,... pour créer le maillon numérique manquant dans toute l'économie.
Même si JUMIA n'est pas bénéficiaire pour le moment, elle a un potentiel incroyable à mesure que l'économie numérique se développe sur le continent. Ses fondateurs souhaitent faire de JUMIA une marque aussi forte que Google ou Amazon, en Afrique.

LESPAGESMAGHREB.COM

Les Pages Maghreb est un autre exemple de réussite basé sur une double compétence entre le monde réel et le monde virtuel. Filiale d'un groupe français spécialisé dans l'internet, présents en Algérie depuis 2006 ainsi qu'en Tunisie, LesPagesMaghreb possèdent l'annuaire de professionnels le plus à jour et le plus complet et le plus précis en Algérie. Mais si vous êtes sur leur site et que vous effectuez un nombre trop important de requêtes, vous serez redirigés vers la page commerciale vous invitant à venir discuter de vos besoins.

LesPagesMaghreb disposent d'abord d'annuaires papiers répartis par région et d'annuaires de particuliers et de professionnels disponibles sur le web. Et grâce à une armée de commerciaux, ils maintiennent leurs annuaires à jour ce qui leur permet de vendre une panoplie de services très intéressants. Disposant d'un centre d'appel et d'une base de numéros de dirigeants d'entreprises très finement triée, ils offrent des services haut de gamme de phoning, de emailing, SMSing ou de publipostage,... La société est encore présidée par son fondateur Michel Bisac créateur du moteur de recherche Voila.fr

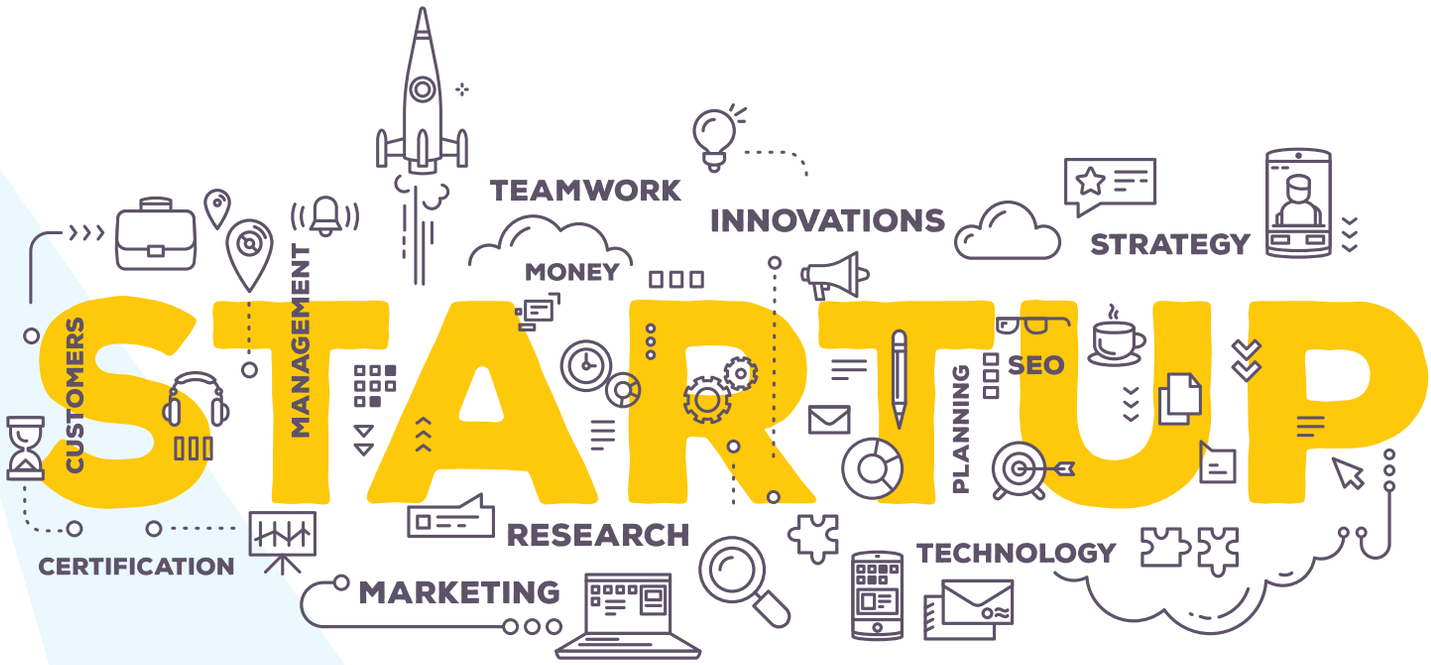
POUR UN WEB.DZ

Nous voyons que durant la décennie passée, que l'on peut qualifier de l'ère des pionniers, les réussites du web étaient liées à la capacité d'adapter les activités existantes au monde virtuel. Il en sera autrement pour la décennie à venir où une part importante des métiers et des réussites qui vont émerger n'ont pas d'équivalent dans le passé.
Notons que l'écrasante majorité des sites fait par ou pour des algériens portent l'extension ".com". C'est ce qui s'appelle une extension générique ou gTLD. Les extensions de pays, ou "ccTLD", algériennes, il y en a deux : le

".dz" et le ".الجزائر". Ces deux domaines totalisent moins de 8200 noms de domaines enregistrés dont une portion infime héberge un site web et des adresses emails. Pourtant, la réservation de nom de domaine en ".dz" est gratuite. Seulement, les contraintes autour de ces noms de domaines sont telles que ça dissuade un grand nombre de personnes. Il faut en effet présenter un registre de commerce avec le nom souhaité ou une réservation de nom de marque de l'INAPI. De plus, il est nécessaire d'avoir ses serveurs de noms hébergés sur le territoire algérien, ce qui peut provoquer des problèmes de disponibilité du site de l'étranger en cas de problèmes réseaux en Algérie.

Rouabhi Samir

ENTREPRENEURIAT NUMÉRIQUE : UNE PROMESSE POUR L'AVENIR



Tout observateur même occasionnel de la mutation des TIC en Algérie pourra vous dire sans se tromper que nous avons accumulé un retard certain dans le domaine de la création de startups mais encore plus dans la capacité à les accompagner pour en faire des entreprises rentables et pérennes. Cependant, les choses commencent à aller mieux et nous voyons de plus en plus un écosystème se former pour devenir un jour durable et viable. Petite analyse de celui-ci.

Des lieux de vie s'organisent

On vous en parlait sur N'TIC magazine, récemment, deux espaces de coworking sont nés à Alger, TheAdress et Sylabs. Cela a permis à plusieurs événements de voir le jour notamment des ateliers de vulgarisation des nouvelles technologies aux jeunes et moins jeunes. Cela dénote forcément d'une dynamique en marche et ce n'est qu'un début puisque plusieurs autres lieux similaires sont en cours de lancement afin d'être autant de foyers pour les jeunes pousses à venir.

Des événements se professionnalisent

A côté des habituels startups weekend, il existe depuis quelques temps, une nouvelle vague d'événements parfois internationaux à l'image du Startup Altitude - qui a vu la startup Dirassatic gagner son ticket pour représenter l'Algérie au Startup Istanbul - ou Seedstars Algeria - qui aura lieu le 29 octobre et qui permettra à une startup algérienne de participer au Seedstars world à Lausanne- d'autres 100% locaux mais non moins ambitieux à l'image de THE MVP prévu pour mars veut devenir un véritable accélérateur de startups.

L'information se vulgarise

Aux côtés des pionniers de l'information TIC dont Ntic Mag fait partie, la nouvelle garde s'organise. Plus orienté startups et tutoriels, à l'image de startupalgerie.top qui fournit des portraits de startups et dossiers pratiques en trois langues (arabe francais et anglais) mais aussi de Tiknoria et Geekcademy qui fournissent de l'information de valeur pour tout startupper et en Arabe s'il vous plait, autant dire que vous n'avez plus d'excuses!

Et les startups dans tout ça ?

Il existe bon nombre de secteurs où le citoyen rencontre des problèmes au quotidien et où les solutions numériques pourraient être d'un grand secours pourtant nos startups semblaient les bouder jusqu'à il y a quelques temps, alors que c'est une source de revenu quasi-assurée, comme le démontre aujourd'hui Rdv Toubib ou encore Sihhatech qui rendent la prise de rendez-vous médicaux à portée de clics, résolvant ainsi un souci rencontré quotidiennement par des milliers d'Algériens.

Webstar (auto et électro) fait quant à lui un travail formidable pour ce qui est de la comparaison des prix, ce qui permet de gagner un temps précieux, toujours dans le domaine de la comparaison de prix ElKoffa offre une application géolocalisée -en bêta test actuellement- qui compare les prix des achats quotidiens et vous guide vers le moins cher des marchands, l'intérêt social affiché par le fondateur étant d'aider les familles modestes à optimiser leur budget.
Moulsanaa et Allometier vous mettent en contact avec les artisans (plombiers, maçon , électricien, etc) de votre région, et on sait tous comme cela est parfois compliqué!

Certaines startups tentent de résoudre le souci de la mobilité particulièrement urbaine,à l'image de Cheetah-car (covoiturage) Linkibus (solution de transport collectif inter-entreprises) ou Autopub (le uber de l'affichage publicitaire sur véhicule). D'autres tentent de résoudre des problèmes locaux plus universels comme l'écologie - citons W.E.T (système de recyclage d'eau domestique) et Evolutech (économie d'énergie)- ou encore la condition des handicapés comme SmartEs ou DALIL qui promettent de révolutionner le quotidien des non voyants.

Ces startups ne sont qu'un échantillon et bien plus encore s'activent à rendre notre quotidien plus agréable.

Des startups à la conquête des marchés internationaux

Exporter n'est plus un fantasme puisqu'il fait partie de l'ADN de certaines de nos startups à l'image de iOgrow - vainqueur de l'édition 2015 du seedstars algeria- ou Facilyo qui permet de bâtir un site sans savoir programmer, dont les produits sont de classe internationale et comptent déjà des utilisateurs hors d'Algérie.

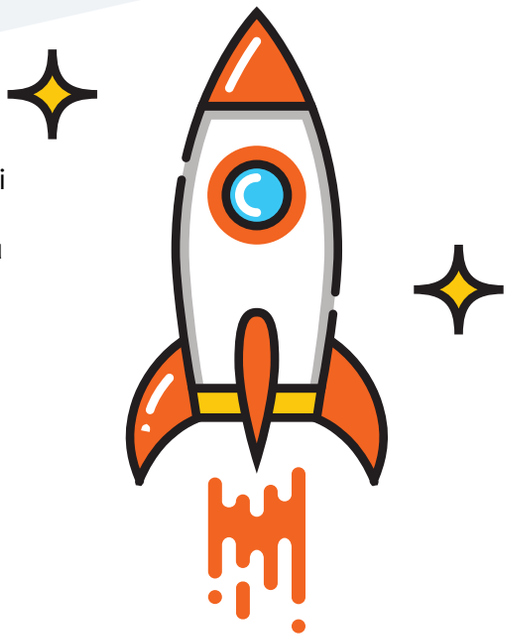
Le domaine du jeu est aussi à l'honneur avec deux pépites Xerise qui est actuellement en finale de l'un des plus grands concours de jeux vidéo au monde et Synoos qui totalise presque deux millions de téléchargements sur ces applications éducatives.
Enfin certaines startups s'attaquent à des domaines plus atypiques ou du moins inattendus -en Algérie- je citerais à titre d'exemple DzVirtual qui permet aux professionnels de créer des visites en réalité virtuelle de leur commerces ou entreprises et Digitiny qui offre la possibilité de vendre ses création (image, son et vidéo) aux artistes directement à partir de leur Dropbox ou Google Drive.

L'agriculture n'est pas en reste avec Dar El Fakya une startup qui produit et souhaite exporter des huiles de pépins de fruits (raisins, abricots, etc.) et dont le produit phare est l'huile de figue de barbarie... un produit bien de chez nous qu'elle veut faire découvrir au monde!

Que nous manque-t-il ?

Etrangement les startups B2B manquent cruellement à l'appel alors que les besoins des professionnels sont bien réels et récurrents, alors appel à tous ceux qui rêvent de créer une startup sans avoir d'idées, regardez les professionnels autours de vous, identifiez leur besoins c'est une clientèle et une source de revenus assurée.

Raouf Remidan



LES ACTEURS DU NUM

Condor

En quelques chiffres

Fondation : **2002**
Nombre de showrooms : **138**
Nombre de points SAV : **272**
Nombre de salariés : **5860 Salariés**
Chiffre d'affaires - S2 2016 : **767 millions $**
Parts de marché : **35% de PDM**

Faits marquants

Fabrication et commercialisation de produits IT en 2014
Lancement Condor Sécurité Système en 2015
Ouverture de l'unité de production des panneaux photo voltaïques en 2015.
Ouverture du deuxième unité de production des réfrigérateurs en 2015.
Signature Contrat d'image avec Yacine Brahimi en 2015
Certification Basma Djazairia en 2016.

Engagement sociétal

Obtention de la certification ISO26000 pour l'environnement
Lancement de la campagne Octobre Rose en 2016 pour soutenir la lutte contre le cancer du sein
Participation aux différentes manifestations sportives, culturelles et scientifiques

Ooredoo

En quelques chiffres

Nombre d'agences : **124 + 92 city shops + 480 espaces services Ooredoo**
Nombre de salariés : **Plus de 3245**
Chiffre d'affaires - S2 2016 : **27 Milliards de Da**
Nombre de clients : **13.4 millions**
Nombre d'abonnés 3G : **Plus de 6 millions**

Faits marquants

Meilleur opérateur mobile 2007, 2009, 2011, 2012 et 2014
Lancement de la 3G et couverture de plus de 90% de la population
Premier opérateur à avoir réalisé des tests sur la 4G avec une vitesse maximale atteinte de 75Mbs

Engagement sociétal

Partenariat avec l'Association Algérienne d'Alphabétisation IQRAA
Partenariat avec le Croissant Rouge Algérien pour l'aide aux couches vulnérables et lancement de cliniques médicales mobiles
Partenariat avec la Fédération Algérienne des Personnes Handicapées
Soutien aux jeunes entrepreneurs pour la promotion de l'industrie digitale avec les programmes Oobarmijoo, istart et tstart
Soutien à la presse avec 60 formations sur les TICS dispensées aux professionnels des médias.

ÉRIQUE EN CHIFFRES

Mobilis

Chiffres marquants

Nombre d'agences : **175**
Nombre de salariés : **5000**
Chiffre d'affaires - S2 2016 : **30.4 Milliards de Da**
Nombre de clients : **16.5 millions**

Faits marquants

Dotation d'un nouveau siège pour l'entreprise à Bab-Ezzouar
Lancement de la 3G et couverture totale des 48 wilayas
Sponsoring officiel de la Fédération Algérienne de Football et de l'équipe nationale de Football

Engagement sociétal

Accompagnement du lancement de la campagne pour l'acquisition d'une première mammobile pour le dépistage du cancer du sein en 2012
Lancement d'une campagne pour l'acquisition d'imprimantes braille pour les non-voyants en 2015
Mobilisation pour l'acquisition de bus scolaires au profit des enfants des zones isolées

Iris

Iris en quelques chiffres

Fondation : **2004**
Nombre de showrooms : **50**
Nombre de points SAV : **Plus de 120**
Nombre de salariés : **Plus de 2000 Salariés**
Chiffre d'affaires : **Plus de 100 millions $**

Faits marquants

En 2015, Iris a fêté ses 10 années d'existence
Fabrication et commercialisation de produits IT en 2015
Production de TV's multipliée par 3 entre 2012 et 2014.
Croissance de 220% sur le marché des téléviseurs
Entre 2007 et 2015, le montant des investissements de Iris a été multiplié par 30
Unité de fabrication de téléviseurs lancée en 2005
Signature Contrat d'image avec Laarbi Bouraada en 2016

Engagement sociétal

Sponsor de la 4e édition de la foulée des gazelles en hommage à la journée de la femme en 2015
Soutien aux facteurs en participants à la "Marche des facteurs" en 2015
Soutien au sport en organisant une cérémonie en l'honneur du champion d'Afrique ESSétif en 2014

RÉSEAUX SOCIAUX : L'ALGÉRIE DANS LA TENDANCE !

Depuis leurs avènement, les réseaux sociaux sont devenus des acteurs incontournables de la sphère web. En effet, les chiffres d'utilisation de ces plateformes sont à vous donner le tournis avec plus de 2 milliards d'utilisateurs. Bien évidemment, le plus populaire d'entre eux reste Facebook avec un total de 1.55 milliard d'utilisateurs, suivi d'Instagram avec 400 millions et enfin Twitter ferme le podium avec 307 millions selon les statistiques officielles.
Dans ce boum des réseaux sociaux, l'Algérie n'est pas restée à l'écart et suit les tendances mondiales avec un total de 16 millions d'utilisateurs tous ayant des comptes Facebook. On retrouve également parmi eux 7.5 millions d'utilisateurs d'Instagram et 9.7 de Youtubeurs. Les Twittos, eux sont au nombre de 4 millions.

Afin d'analyser ce phénomène qui s'est installé depuis quelques années en Algérie, nous avons rencontré Anis Manachi, digital manager au sein de Sense Conseil, une agence de conseil dans le digital. Entretien !

Anis, vous êtes digital manager au sein d'une agence de conseil digital, quelle est votre expérience personnelle et professionnelle des réseaux sociaux ?

Ma première expérience a commencé bien avant les réseaux sociaux, à l'époque où l'information sur le web se trouvait sur les forums et les blogs. Je me suis distingué en étant présent et en créant mon contenu selon mon domaine d'activité, puis avec l'apparition des réseaux sociaux, les internautes ont commencé au fur et à mesure à déserter les anciens canaux de communication pour se tourner vers des réseaux comme Facebook.
Il y a eu dès le départ un réel engouement pour ces réseaux et j'ai vu en cette mine d'or d'information une opportunité professionnelle, je me suis donc intéressé de plus près à toutes les opportunités qu'ils pouvaient offrir aux marques, d'où ma première expérience en tant que Digital Manager. Après 3 années d'expérience, j'ai rejoint l'agence Sense Conseil pour faire profiter ma modeste expérience aux marques que je gère actuellement.

Justement, les marques sont de plus en plus présentes sur les réseaux sociaux. Pensez-vous que cela a un impact direct sur leurs performances sur le marché ?

Effectivement, communiquer sur les réseaux sociaux permet aux marques d'être plus proches du consommateur. Dialoguer avec lui, échanger et l'écouter permet de le comprendre ses besoins mais aussi ses comportements d'achat. Par la même occasion, ca répond à un besoin du consommateur d'être au plus près des marques afin d'intéragir avec elles à tout moment. Au final, on peut dire, en effet qu' être présent de façon intelligente sur les réseaux sociaux et tirer le meilleur de ces plateformes a un impact direct sur les performances commerciales.

Les réseaux sociaux font désormais partie intégrante de la société algérienne, comment expliquez-vous cet engouement ?

L'internaute algérien suit généralement les tendances mondiales et à ce niveau, les réseaux sociaux sont devenus une religion puisque les internautes ailleurs passent des heures et des heures par jour sur ces réseaux. L'Algérien, pour sa part, est à l'affut de chaque nouveauté et pour

s'alimenter en informations et en tendances la solution est toute trouvée avec les réseaux sociaux.

Justement en plus de s'informer, quelles sont les autres activités de l'Algérien sur les réseaux sociaux ?

La première raison pour l'internaute algérien d'être sur les réseaux sociaux est le divertissement, chaque réseau offre cette possibilité de se divertir avec plusieurs formats de médias : Photos, Vidéos ou Gifs… Il y a également ceux qui sont sur les réseaux sociaux pour rester en contact avec leurs amis, la famille ou les collègues grâce aux fonctionnalités de discussion instantanée. Et puis, il y a ceux qui grâce aux réseaux sociaux ont trouvé un travail ou plutôt une passion celle du community management, ils passent des heures et des heures par jour à créer du contenu divertissant ou professionnel qui incite l'engagement avec les communautés disponibles par millions sur les réseaux sociaux.

Quand on évoque les réseaux sociaux, on pense tout de suite à Facebook. Celui-ci reste le plus utilisé dans le pays avec 16 millions d'utilisateurs, pourquoi à votre avis ?

Facebook est le réseau social le plus puissant au monde, il abrite un nombre incroyable d'utilisateurs à l'échelle mondiale (1,71 milliards d'utilisateurs en juin 2016). L'internaute algérien ne fait pas exception et il a fait de Facebook sa destination quotidienne que ce soit sur PC ou sur Mobile, à la maison ou au travail. D'ailleurs, ce réseau doit son succès à sa richesse de contenu, on y trouve de tout et surtout de l'information instantanée en tout genre (politique, sport, économie, science…) couverte par un nombre incroyable d'utilisateurs que soit des professionnels ou amateurs. Facebook a changé notre rapport avec l'information et a donné le champ libre à tous de s'exprimer et c'est ce qui fait son succès.

Mis à part Facebook, quel autre réseau a le plus d'avenir en Algérie ?

Après Facebook, les Algériens se sont intéressés pendant une période à Twitter mais ils l'ont vite déserté car ils n'y trouvaient pas d'intérêt. Avec l'apparition d'Instagram et sa facilité d'utilisation, ses filtres d'images et son concept de story, les Algériens sont de plus en plus présents sur ce réseau.
Il y a également Snapchat qui commence à prendre du terrain en Algérie, mais il est plus utilisé par une niche d'adolescents, souvent âgés entre 13 et 18 ans.

Les réseaux sociaux font figure de loisir pour la plupart des internautes, comment pourrions nous les transformer en vecteur de développement pour le pays ?

Il est difficile de changer cette perception de loisir, il faut plutôt essayer de la contourner et de diversifier le contenu pour ne pas ennuyer les communautés présentes sur les réseaux sociaux. Les marques internationales présentes en Algérie et sur les réseaux sociaux, ont vite compris l'impact de ce réseau et ont commencé à s'adapter à la demande des communautés, ce qui les aide à améliorer leur image tout en se développant économiquement. Il est très important que les institutions publiques commencent à réfléchir à des stratégies «social média» car aujourd'hui Facebook est devenu un canal de communication très important qu'aucune marque ne devrait ignorer.

Comment voyez-vous l'évolution des réseaux sociaux en Algérie ?

Je suis très optimiste quant à une bonne évolution des réseaux sociaux en Algérie. Je vois de plus en plus
d' acteurs web de la scène algérienne se démarquer en créant leurs propres contenus, et avec cette phase d'amélioration des infrastructures et la facilité de connexion à internet que notre pays aborde avec la 3G et l'arrivée récente de la 4G, ceci n'est qu'un coup de poucee supplémentaire pour un avenir rayonnant du web Algérien.

LA DIASPORA A L'HEURE DU NUMÉRIQUE

Parce que la richesse de notre pays se trouve aussi bien à l'intérieur que par dela ses frontières, nous avons rencontré deux Algériens issus de la diaspora, tout deux issus du secteur des TIC's afin qu'ils nous livrent leur analyse de la progression du numérique en Algérie.

Djamil BOUABBANE
Chargé de stratégie produits publicitaires Google Paris

Tout d'abord, quel poste occupez-vous chez Google à Paris ?

Je fais partie de l'équipe qui se charge de mettre en place et de déployer la stratégie sur nos produits publicitaires dans la region EMEA (Europe, Middle East & Africa). Nous analysons les tendances du business (en externe et en interne), identifions des opportunités de croissance et mettons en place des projets afin de les adresser.

Pourriez-vous revenir avec nous sur le parcours qui a été le vôtre jusqu'au métier que vous faites aujourd'hui ?

J'ai d'abord été diplômé de l'Ecole Polytechnique d'Alger avant de rejoindre les bancs d'HEC Paris où j'ai suivi le cursus Grande Ecole avec une majeure en entrepreunariat. J'ai ensuite commencé ma carrière professionnelle en tant que consultant, d'abord chez Accenture en Project Management puis chez Greenwich Consulting dans le conseil en stratégie dans les Télécoms et Médias. C'est à la suite de cela que j'ai rejoins Google en 2011 en tant que Business Analyst pour Youtube France, avant d'évoluer vers mon poste actuel.

Il existe un certain nombre d'Algériens qui font les beaux jours d'industries des TIC's dans le monde. Quelle est la place de la compétence et du savoir-faire algériens dans ce secteur à l'étranger ?

Nous voyons effectivement de plus en plus d'Algériens dans le secteur, notamment à des fonctions importantes. Je pense cependant que la proportion reste encore un peu faible en comparaison à d'autres pays structurellement similaires au notre. Les efforts déployés commencent à donner leur fruit, mais il faut travailler encore plus pour pouvoir se rapprocher du savoir faire des grandes nations du secteur et cela passe essentiellement par le développement de l'écosystème, la formation et l'innovation.

Selon votre expérience, quels sont les facteurs de réussite d'une carrière dans les TIC's chez un géant comme Google ?

De nombreuses entreprises des TICs se rapprochent de plus en plus des critères de recrutement qui sont recherchés par Google. Sans rentrer dans les détails, ces entreprises cherchent des profils avec une formation solide (pas forcément dans les TICs) et dotés d'une grande ouverture d'esprit et d'une flexibilité qui permettent d'être performant dans un secteur qui évolue sans cesse. Il ne faut pas non plus oublier de mentionner le facteur chance qui reste important quand on postule dans une

entreprise qui reçoit plus de 2 millions de candidatures chaque année.

Il existe un fossé entre le développement du secteur des TIC's en Europe comparé à l'Algérie. A votre avis à quoi serait-ce dû ?

Tout d'abord, c'est une question de temps : le secteur des TICs a progressé significativement ces dernières années en Algérie, mais cela fait des décennies que cela est un sujet important en Europe. Ensuite, je vois 3 éléments importants qui peuvent expliquer ce gap : D'abord les infrastructures (techniques, économiques, etc) qui sont très développées en Europe (et encore plus en Amérique et dans certains pays d'Asie), ensuite la formation sur les TICs qui fait maintenant partie intégrante des programmes d'éducation européens et ce dès le plus jeune âge et enfin l'entrepreunariat et l'innovation qui boostent les marchés européens et font progresser les services proposés grâce à la multiplication de start-ups qui crée un environnement concurrentiel sein et bénéfique.

Comment la diaspora algérienne peut-elle aider au développement des TIC's dans son pays d'origine ?

Il y a un élément important qui me permet de progresser chaque jour à mon poste actuel : le partage de connaissances. Il est primordial que le diaspora algérienne qui évolue au sein de grandes entreprises des TICs puissent partager leur savoir faire et soutenir les jeunes en Algérie dans leur projet. La moindre implication peut avoir des effets positives inimaginables. Cela peut prendre la forme de coaching personnalisé, d'organisation et participation à des conférences ou à des événements de networking, mais également de participation active dans le développement de l'écosystème par la création d'entreprises en Algérie ou la publication d'études de fond par exemple.

Amine RAHMOUNI
Modern service manager Microsoft Casablanca

Tout d'abord, quel poste occupez-vous chez Microsoft ?

Je suis ce qu'on appelle un Modern Service Management Premier Field Engineer couvrant Microsoft Services EMEA (Europe Middle East & Africa) basé à Casablanca. Microsoft Services est le bras de Consulting et Support Enterprise chez MS. Et en tant qu'équipe MSM, notre job est d'aider nos clients dans leurs transformations digitales. Plus particulièrement à la construction de leurs capacités organisationnelles. Notre approche tourne autour de 3 axes : Educate (la formation), Assess (évaluation du contexte) et Operate (support à la conception, implémentation et gestion des process et du changement).

Pourriez-vous revenir avec nous sur le parcours qui a été le vôtre jusqu'au métier que vous faites aujourd'hui ?

J'ai commencé ma carrière en tant que consultant développeur à Alger puis avec l'avènement des smartphones et tablettes, j'ai eu l'opportunité de travailler sur quelques-unes des premières applications iPad et Android dans le pays. Fin 2012, j'ai été approché par Microsoft Algérie pour occuper le poste de Responsable Marketing et Communication. Depuis j'ai occupé divers postes jusqu'à mon poste actuel dans Premier Services.

Quelle est votre évaluation de la situation des TIC's dans la région ?

En deux mots : ça bouge ! Le niveau de maturité et dynamisme de l'économie numérique est en corrélation directe avec les niveaux d'investissements étatiques, dans la formation des informaticiens, la modernisation de l'administration et des entreprises publiques.
Pour l'Afrique, hormis les évidents Afrique du Sud et Egypte, nous retrouvons le Maroc avec de considérables investissements.
En ce qui concerne le Middle East, nous trouvons la Jordanie avec une volonté politique aux plus hautes sphères. Notamment un support continuel pour Microsoft Imagine Cup Jordan à titre d'exemple.

Selon votre expérience, quels sont les facteurs de réussite d'une carrière dans un géant comme Microsoft ?

Il faut d'abord distinguer entre le potentiel, l'expertise technique et la compétence de haut niveau. Ce que nous avons généralement c'est un potentiel. Un jeune étudiant brillant en informatique a beaucoup de potentiel. Une fois sur le marché du travail, il gagne une expertise technique relative aux vrais contraintes et problématiques du monde réel. Mais pour devenir une compétence de haut niveau, il faut y ajouter ce que les anglo-saxons appellent affectionnément les « soft skills » ou les compétences transversales. Un autre facteur très important est celui de la passion.

Il existe un fossé entre le développement du secteur des TIC's dans le monde comparé à l'Algérie. A votre avis à quoi serait-ce dû ?

Il y a plusieurs facteurs qui entrent en jeu. Parmi les plus significatifs à mon avis, je dirais d'abord le facteur institutionnel qui est extrêmement pesant en Algérie.
Le passage des régimes socialistes classiques à l'économie de marché, génère généralement une violente phase de transition qui chez nous s'est malheureusement suivi de la décennie noire. Il s'en est suivi après la hausse des prix du pétrole qui a généré un laxisme sur l'exigence de performance à court terme et la stratégie visionnaire à long terme. Deux aspects qui représentent la raison même d'être des TIC du point de vue économique.

Comment la diaspora algérienne peut-elle aider au développement des TIC's dans son pays d'origine ?

Personnellement j'essaye de rester en contact avec la communauté TIC du pays et d'aider comme je peux surtout quand il s'agit de coacher des startups. Mais ça reste très insuffisant à l'échelle individuelle et une mutualisation des efforts et une facilitation de la contribution, auraient bien plus d'impact sur le pays.

IL Y A DIX ANS,LA NAISSANCE DE N'TIC MAGAZINE ...

Nassim Lounes a créé N'TIC magazine il y a dix années. Son parcours est atypique, ni journaliste, ni informaticien, il affirme être tombé dans les TIC's par passion, s'en est suivie la création de ce magazine. Encore aujourd'hui, ce manager ambitieux aime rappeler tout ce que ce dernier a apporté à sa vie professionnelle. ... Pour fêter les 10 années de N'TIC, Nassim Lounes nous en parle à coeur ouvert.

Monsieur Lounes, est ce que vous pouvez revenir avec nous sur votre parcours avant la création de N'TIC magazine ?

J'ai commencé l'université comme tout Algérois qui se respecte à Bab-Ezzouar, cependant je me suis vite rendu compte que je n'étais pas fait pour une carrière dans l'ingénierie. je me suis ensuité réorienté vers un secteur très dynamique à l'époque qui est celui de la banque. J'ai donc intégré l'école supérieure des banques et atterri au bout de 3 ans d'études à la banque d'Algérie. Encore une fois, j'ai vite compris que je n'étais pas fait pour ce métier et j'ai fini par quitter mon poste. Je me suis alors lancé dans l'entrepreneuriat en créant un cyber café et en parallèle une école de formation en informatique. Ces deux projets n'avaient malheureusement pas abouti, cela m'a poussé à aller me chercher ailleurs et je me suis inscrit dans une université française où j'ai obtenu une maîtrise puis un Master 2 en marketing des services et de l'innovation.

C'et après l'obtention de ce diplôme que vous avez décidé de rentrer en Algérie ?

Dès le départ les choses étaient claires pour moi. Les échecs que j'ai connus à mes débuts d'entrepreneur m'avaient poussé à aller me former en France mais avec l'objectif de revenir dans mon pays afin de me relancer dans l'aventure entrepreneuriale. Je suis donc revenu à l'issue de mon second diplôme et c'est ensemble avec mon cousin que nous avons travaillé à affiner notre business plan qui était sur deux axes : un axe édition et un axe conseil avec l'agence Med&Com qui était la première agence de web-marketing en Algérie.

Vous parliez tout à l'heure d'un business plan avec un axe édition, justement comment s'est construite l'idée de N'TIC Magazine dans votre esprit ?

Lors de mon arrivée en France, la presse gratuite venait de naître en Europe et était distribuée dans les métros, ce qui m'avait impressionné et inspiré. Par ailleurs, la nouvelle loi sur les télécommunications avait lancé les prémices de la démocratisation du numérique donc c'est tout naturellement que j'ai opté pour un magazine gratuit sur les nouvelles technologies et N'TIC était né ...

Quel genre de difficultés avez-vous rencontré lorsque vous avez créé N'TIC ?

La grande difficulté se situait peut-être au niveau des ressources humaines puisqu'il

fallait former nos équipes. Notre fierté est aujourd'hui de voir qu'un bon nombre de créateurs d'agences digitales sont passés par Med&Com. Par ailleurs, il faut savoir qu'à l'époque le digital n'était l'apanage que d'une petite minorité de personnes en Algérie, il nous a donc fallu faire un travail de pédagogie afin d'expliquer ce que qu'était une revue gratuite et quels intérêts cela représentait.

Nous parlons beaucoup de N'TIC magazine, mais N'TIC c'est aussi un site web ...

Effectivement, nous partageons de l'information à travers la revue mais aussi à travers le site web sur lequel on enregistre des dizaines de milliers de téléchargements par mois de la version PDF du magazine. Comme vous pouvez vous en douter, une revue gratuite n'a pas les moyens de faire de très gros tirages donc notre diffusion a été amplifiée par le digital grâce à un site web qui a toujours été parmi les meilleurs en matière de mise à jours et tendances depuis 2006.

Voila 10 ans que N'TIC magazine existe, avez-vous une petite anecdote à partager avec les lecteurs sur N'TIC magazine ?

Il y a énormément d'anecdotes effectivement mais je vais vous en raconter une en particulier. Lorsque nous avons commencé, nous avions peu de moyens et une équipe réduite, nous avions donc l'obligation d'être polyvalents. En ce qui me concerne, il m'arrivait de négocier des contrats pendant le journée en costume cravate et de faire la distribution de N'TIC en jean et casquette le soir.

Comment voyez-vous le numérique en Algérie dans 5 ans ?

Il nous faut commencer à faire de la R&D et créer des plateformes, des applications, intégrer du contenu sur nos smartphones et tablettes, de nouveaux CRM adaptés à nos entreprises ... Le monde du digital est très ouvert et nous ne pouvons plus nous permettre de vivre en autarcie. Il nous faut aller vers de la production afin de satisfaire notre marché local dans un premier temps, une fois la demande interne comblée, cet apprentissage là nous permettra de nous frayer un chemin dans cette économie mondialisée et il faudra déjà acquérir une certaine expérience et s'exporter. Je suis très confiant à condition qu'il y ait une volonté politique pour pousser les entreprises à se digitaliser au maximum, de créer un climat favorable à l'émergence d'entreprises, de favoriser la recherche et développement tout ceci permettra de produire des services innovants qui pourront être exportés et vendus.

N'TIC ET VOUS

Il y a quelques jours, via Facebook, nous vous demandions de nous raconter votre histoire avec N'TIC. Persuadés que tout comme nous qui travaillons sur le magazine depuis 10 ans et avons développé au fil du temps un sentiment d'affection envers lui, vous aussi, ses fidèles lecteurs, aviez ce même attachement envers un support qui vous accompagne peut-être depuis sa première parution. Nous n'avons pas eu tort, vos témoignages ont été nombreux et surtout touchants.
Nous profitons de cet espace pour vous remercier de dix années d'une aventure sans pareil. Dix années où nous avons fait de notre mieux pour vous offrir le meilleur des TIC's. Nous espérons continuer ce chemin, avec vous, toujours à nos côtés.

Sid Ahmed Sabih

j'ai découvert votre magazine pour la première fois dans la voiture d'un proche et puisque je suis un peu passionné de nouvelles technologies et que je suis leur actualité je me suis trouvé directement entrain de le lire. Depuis ce jour, je télécharge votre numéro chaque mois en PDF. Pour moi vous êtes les seuls et uniques journaliste professionnels dans le domaine des TIC's.

Naciba Ouameur

J'ai découvert N'TIC pour la première fois lorsque des jeunes distribuaient le numéro 1 gratuitement à USTHB.

Imad Bouabdallah

I still remember that day. Copies of the magazine were hard to find, as they flew like wind the soon a new stock comes to Bab-Ezzouarr PC clubs.

Allida Benredouane

Je n'ai jamais eu l'occasion de vous remercier mais MERCI ! Grâce à vous, j'ai pu sauver mon mémoire car l'entreprise où j'étais en stage ne m'avait donné aucune information mais j'ai pu me documenter grâce à vos interviews. Merci <3

Nacer Eddine Lalaoui

Je me souviens, j'ai assisté au 5ème anniversaire de NTIC. J' étais étudiant à l'époque, celà m'avait beaucoup plu et surtout inspiré. D'ailleurs merci beaucoup NTIC pour le téléphone que vous m'avez offert lors de cette soirée. J'étais et je suis toujours fan. Un magazine tout simplement à ne pas rater.

Ayoub Zamouchi

J'ai découvert votre magazine lors de l'évènement Algeria 2.0 en 2012 au Cyber Parc Sidi Abdellah. Depuis, j'ai téléchargé plusieurs numéros via le site web, après j'ai arrêté .. je préfère la version papier mais je ne la trouve pas facilement à Blida.

Lila Lilette

Ah ! Pour moi c'est deux années de souvenirs ... que de bons souvenirs ! Mon premier boulot chez N'TIC magazine, mes chers collègues et des moments inoubliables passés avec eux.

Nelia Khoukhi

Ma première rencontre avec N'TIC magazine a été dans vos locaux où j'ai d'ailleurs rencontré ma deuxième famille. L'infographe "Moh" m'a initiée à l'art de la mise en page. C'est grâce à N'TIC que j'ai commencé ma nouvelle vie professionnelle.

Adde verone

Moi je faisais la distribution du magazine à Alger centre chez fun pizzeria. Je me rappelle également que les étudiants de Bab Ezzouar en étaient fans.

SalemMed Haroun

Je suis un très grand fan de votre magazine. Je garde encore précieusement la première édition ainsi que presque toute les éditions !! Je vous suis depuis le début les gars, ne changez rien, vous êtes géniaux !!

Zinou Aibeche Rouana

C'est une enseignante de l'entreprenariat à l'INC (EHEC maintenant) qui nous a montré ce magazine. Elle avait même invité le fondateur au sein de notre école pour une conférence. Depuis, je ne rate aucune occasion de le consulter chaque mois.

Pearly Sparks

Pour ma part, je me souviens très bien du jour où j'ai découvert votre magazine pour la première fois, c'était au Salon International de l'Informatique, de la Bureautique et de la Communication SICOM de l'année 2013. La conception du magazine était attirante je crois que la page de couverture était sur Android si je me souviens bien, c'était très agréable de vous lire. Depuis ce jour-là j'en suis devenu accro. Etant informaticienne de formation, je suis une passionnée des nouvelles technologies et je trouve que vous êtes les meilleurs pour nous présenter tous ce qui concerne les dernières technologies, grâce à vous nous restons toujours informés. Énorme Merci.

Mechta mourad

Chaque mois à l'accueil du Cyberparc de sidi Abdellah, je récupère ma copie N'TIC.

Abdelkader Baghli

J'ai découvert votre magazine pour la première fois dans mon bureau. Avant j'avais l'habitude de lire des magazines politiques et économiques mais un jour, je suis rentré au bureau et j'ai trouvé N'TIC. Jusqu'à aujourd'hui, je continue de le lire..

Merci pour ces témoignages ...

LE NEXT G+ ,

LE NOUVEL HAUT DE GAMME DE IRIS

La marque IRIS a récemment lancé un nouveau smartphone qui évoluera dans le segment haut de gamme, il s'agit du NEXT G+, une version améliorée du modèle NEXT G. Ce lancement confirme une volonté de la marque de se positionner comme une marque de téléphonie mobile de premier choix !

La première caractéristique de l'Iris Next G + est son design super slim, sobre et épuré avec une coque en alliage d'aluminium qui lui donne l'avantage d'être très agréable en main.

Doté d'un écran de 5 pouces abritant la technologie Super Amoled, ce dernier offre une expérience visuelle très agréable. Sous le capot, le Next G + dispose d'un processeur Octa core cadencés à 1.5 GHz, de 3 Go de RAM et une capacité de stockage de 32 Go, le tout tournant sous Android 6.0. Une solution plutôt intéressante en soi, car ces caractéristiques ont la particularité d'offrir une très bonne gestion des ressources et produire une très bonne autonomie grâce à sa batterie de 2100 mAh. Ce smartphone dispose également d'un appareil photo de 13MP à l'arrière et de 5MP à l'avant pour immortaliser vos meilleurs instants.

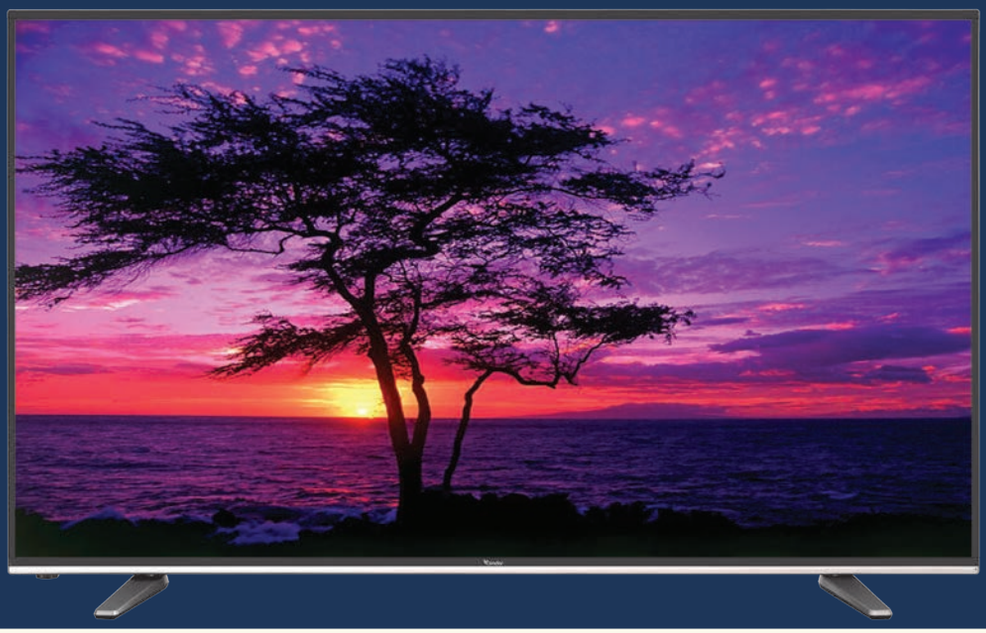
Le Next G+ est compatible avec la 4G, pouvant contenir une double SIM, il est proposé au prix de 27 000 DA TTC, avec une garantie de 12 mois.

UN NOUVEAU TÉLÉVISEUR CONDOR DÉBARQUE !

Le nouveau téléviseur U50A7300 de Condor est enfin là. Ce téléviseur connecté, léger et épuré bénéficie de la technologie Ultra HD 4K / HDR qui repousse les limites des téléviseurs en termes de couleurs, de luminosité et de contraste.

Techniquement, cela est rendu possible grâce à la technologie High Dynamic Range qui est introduite pour la première fois dans un téléviseur fabriqué en Algérie. Ce procédé assez pointu vient enrichir les lumières de façon à avoir des images plus nettes avec un contraste plus élevé. Cette solution s'adapte pour les pièces qui ne sont pas forcément plongées dans le noir afin de profiter au maximum de votre expérience TV. Ce nouveau téléviseur Condor possède un écran de 50 pouces soit 127cm, jouissant d'une définition 4K avec un total de 8.3 millions de pixels. Et comme un téléviseur ne se limite pas uniquement à l'affichage, Condor a fait le choix d'équiper cette télévision de DBX audio TV, un système qui offre un qualité sonore exceptionnelle.

Actualité oblige, le téléviseur U50A7300 de Condor est bien évidement doté d'une connectivité à internet pour surfer sur vos réseaux sociaux préférés ou sur les applications préinstallées et exclusives NETFLIX et ICFLIX. Découvrez-les dès maintenant dans tous les showroom de la marque.



DÉFILÉ DE SMARTPHONES 4G CHEZ HUAWEI !

Ci-dessous une sélection Huawei de tous les smartophones du constructeur chinois, compatibles à la 4G.

Généralement, les smartphones Huawei présents sur le marché algérien disposent d'un châssis métallique, le P9 et le P9 Plus ne dérogent pas à la règle. La particularité qu'on remarque dès le premier abord chez ces smartphones est leur appareil photo. En effet, sur cette gamme P9, le constructeur s'est allié au géant allemand de la photographie, Leica, ce qui offre une expérience d'utilisation sans limite.

Le P8 quant à lui est un smartphone de qualité, offrant la possibilité d'utiliser une double carte SIM. Le Y6 II est le tout dernier débarqué en Algérie, tournant sous Android 6.0, d'un processeur Kirin 620 et équipé d'un appareil photo avant de 8 Mpx et d'un appareil photo avant de 13 Mpx, d'une batterie de 3000mAh. Pour ce qui est du Mate 8, le boitier composé entièrement en métal lui confère un aspect élégant avec un écran de 6 pouces. Ce dernier utilise la technologie IPS-Neo et fonctionne en Full HD, il bénéficie aussi du processeur HiSiliconKirin 950.

A l'instar du P9 qui est proposé à 69 900 DA et de ses deux acolytes le P9 Lite et le P9 Plus qui sont respectivement à 37 800 DA et 85 980 DA ou leurs prédécesseurs le P8 Lite à 30 600 DA. Mais aussi le Y6 II qui lui vaut 24 490 DA, le GR3 à 28 300 DA, le GR5 et le GR5 Mini eux coutent respectivement 35 200 DA et 31 690 DA ou le G8 qui fait 45 600 DA, sans oublier le MATE 8 qui se présente sous deux versions l'une à 3Go de RAM à 69 900 DA et l'autre à 4Go qui est proposée à 79 900 DA.

oppo

Camera Phone

OPPO LANCE SON «SELFIE EXPERT», LE F1S

C'est à partir du Caire que Oppo a récemment lancé son smartphone F1s dans la région Afrique du Nord et Moyen-Orient. Surnommé le « Selfie Expert », grâce à sa caméra frontale de 16 mégapixels. La caméra dorsale, pour sa part est de 13 mégapixels, cela promet des photos détaillées et embellies grâce à l'option Beautify 4.0. L'OPPO F1s présente un écran Full HD (IPS) de 5,5 pouces et tourne sous de ColorOS 3.0 basé sur Android 5.1 Lollipop. Il jouit également d'une mémoire RAM de 3 Go, une mémoire interne de 32 Go, extensible à 128 Go grâce à l'utilisation de carte mémoire SD, ainsi qu'un lecteur d'empreintes digitales avec une vitesse de numérisation de 0.22 secondes

Le F1s a rencontré un énorme succès dans de nombreux marchés dont ceux d'Asie du Sud-Est. La marque Oppo a d'ailleurs connu une très forte croissance annuelle (+124.1%), et a pu rapidement s'imposer comme l'un des leaders mondiaux dans le domaine des smartphones. OPPO est classé deuxième en terme de ventes en Chine et en Asie du Sud-Est, ainsi que troisième dans le marché indien.

Sur le plan international, OPPO est classé quatrième mondial en termes de ventes de smartphones, avec une part de marché de 5.4%, selon les chiffres fournis par le bureau d'études Gartner Research au deuxième trimestre 2016.

LE SMARTPHONE PREMIUM « DOOGEE F7 PRO » QUI DÉPASSE VOS ATTENTES

Le fabricant Doogee via son distributeur Officiel Matos Algérie vient de lancer son smartphone premium, le Doogee F7 Pro. Ce nouveau smartphone au design élégant et massif dispose d'un châssis métallique en alliage de magnésium et arrive avec une conception en verre sur les deux côtés, ce qui lui donne un aspect premium. Il mesure seulement 9,9 mm d'épaisseur et 180 grammes de poids ce qui le rend très confortable et très maniable. Le Doogee F7 Pro est livré avec le système d'exploitation Android 6.0 Marshmallow et embarque de très bonnes performances grâce à des fonctionnalités exceptionnelles qui en font un Smartphone très fluide et efficace.

Le premier atout de ce flagship de Doogee est son écran. Ainsi ce F7 Pro est doté d'un grand écran IPS Full HD (1 920 x 1 080 px) de 5,7 pouces et d'une résolution tout à fait convenable d'environ 386 ppp. Il est le premier Smartphone officiellement sous Helio X20, avec ces dix cœurs répartis en trois groupes : un couple de Cortex-A72 et de deux quad-core Cortex-A53 qui s'activent selon les besoins. Il épaulé par 4 Go de mémoire vive, tandis que la mémoire interne affiche une capacité de 32 Go. Côté autonomie, ce téléphone embarque une puissante batterie de 4000 mAH; Il s'agit là d'un succès afin d'assurer le bon fonctionnement d'un puissant hardware.

Pour les photos, le F7 Pro dispose d'un capteur photo arrière fourni par Sony de 21 mégapixels avec autofocus hybride (laser et détection de phase), double LED et objectif à six éléments ouvrant à f/2.2 afin de capturer des photos et des vidéos de qualité supérieure . Pour vos photos spontanées, le capteur avant affiche une définition de 8 mégapixels qui se charge des selfies. Il est associé à un objectif à 4 éléments ouvrant à f/2.0.

Bien-sûr, le F7 Pro est compatible au réseau 4G. Il est disponible dans les couleurs, noir et blanc à un prix avoisinant les 38.000 da.

OFFRES 4G : VOUS ALLEZ Y VOIR PLUS CLAIR !

Vous n'avez pas pu rater l'info, nous sommes enfin passés à la 4G. Vous souhaitez certainement vous convertir à la 4ème génération de téléphonie mobile et pouvoir surfer avec un débit moyen de plus de deux fois celui de la 3G. Nous vous proposons dans cette rubrique un listing des forfaits 4G des 3 opérateurs de téléphonie mobile afin de choisir l'offre qui vous convient le plus et au meilleur prix. Sans plus tarder, voici les offres 4G du moment.

	Mobilis		
Pass 4G	**Volume**	**Prix d'accès**	**validité**
Pass FB/WhatsApp	100 Mo	60 DA	24 Heures
Pass Turbo*	illimité	250 DA	1Heure
Pass NIGHT* **De 2h00 à 5h00**	illimité	200 DA	1Heure
Pass internet 7 jours	400 Mo	300 DA	07 jours
Pass internet 3G 30j	2Go	1000 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	3Go	1300 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	5 Go	2100 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	8 Go	3200 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	12 Go	4300 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	16 Go	5600 DA	30 jours
Pass internet 4G 30j	20 Go	6000	30 jours
	Ooredoo		
Illimité	Facebook illimité + 50Mo internet	50 DA	2H
Forfait 100 DA	50 MO	100 DA	24 h
Forfait 200 DA	200 MO	200 DA	24 h
Forfait 300 DA	400 MO	300 DA	72 h
Forfait 1000 DA	1 Go	1000 DA	30 jours
Forfait 2500 DA	3 Go	2500 DA	30 jours
Forfait nuit	500 Mo	100 DA	00h00 - 06h00
	Djezzy		
Amigo jour	50 Mo	30 DA	24 h
Speed Heure	100 Mo	50 DA	07h00- 00h00
	Illimité		00h00-07h00
Speed Jour	100 Mo	100 DA	1 jour
	300 Mo	200 DA	2 jours
	600 Mo	300 DA	3 jours
Amigo semaine	200 Mo	150 DA	7 jours
Speed mois	1 Go	800 DA	30 jours
	2Go	2000 DA	30 jours

IRIS
L'Empreinte de la Qualité
NEXT G+
IRIS
4G LTE
UNE GENERATION D'AVANCE
FINGER PRINT SECURITY
Super Slim Design
Octacore 1.5 Ghz
64bit
32 GB
Capacité de stockage
3 GB
Mémoire virtuelle RAM
5 MP / 13 MP
Ap. Photo AV. / AR.
5" HD
Super AMOLED
iris.dz
irisalgerie
SERVICE CLIENTS IRIS
0982 410 410

MABROUK LA 4G MOBILIS LAHKET

Mobtasim 4G

Avec la **4G**, Welli mobtasim

RAPIDE 3la TOUT DE SUITE

À 200 DA SEULEMENT

PUCE 4G MOBTASIM **+ 100 DA CRÉDIT**

À 200 DA

#Rapide3laToutdeSuite

www.mobilis.dz

موبيليس mobilis®

BC: ANEP n° 431 892 - N°TIC n° 117 / 20.10.2016